

**DER WIRTSCHAFTLICHE STRUKTURWANDEL IN  
THÜRINGEN UND SEINE AUSWIRKUNGEN AUF DIE  
RAUMORDNUNG UND STADTENTWICKLUNG -  
DARGESTELLT AN DER ENTWICKLUNG DES EINZEL-  
HANDELS VON 1989 BIS 1999 MIT SCHLUSS-  
FOLGERUNGEN FÜR EINE ZUKÜNFTIGE AKTIVE  
RAUMORDNUNGS- UND STADTENTWICKLUNGS-  
POLITIK FÜR THÜRINGEN**

Dissertation  
zur Erlangung des akademischen Grades  
Doktor-Ingenieur

an der Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung  
der  
Bauhaus-Universität Weimar

vorgelegt von  
**Dipl.-Ing. Christian Huck**  
Weimar

Weimar, im März 2000

Gutachter: Professor Dr. sc. nat. Gerold Kind,  
Bauhaus-Universität Weimar  
Professor Dr. Michael Krautzberger,  
Bundesministerium für Verkehr, Bau-  
und Wohnungswesen Berlin  
Professor Dr. Arnold Klotz,  
Stadtplanungsamt Wien

Tag der Disputation: 20. 04. 2001

## **VORWORT**

Eine Arbeit diesen Umfanges ist in der heutigen Zeit neben einem ausgefülltem Berufsalltag nicht ohne dauerhafte Unterstützung und Rücksichtnahme in der Familie möglich. Ich möchte deshalb für das Verständnis und die Nachsicht meiner Frau danken, ohne die diese Arbeit nicht vollendet worden wäre.

Mein Dank gilt ebenso dem Betreuer Prof. Dr. sc. nat. Kind für seine wertvollen Hinweise als auch für die moralischen Unterstützung bei der endgültigen Themenfindung und seine wertvollen Ratschläge in der Endfassung der Arbeit.

# INHALTSVERZEICHNIS

## 1. ALLGEMEINE EINFÜHRUNG IN DIE ARBEIT

<b>1.1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>1.2</b>	<b>Thesen der Arbeit</b>	<b>5</b>
<b>1.3</b>	<b>Problemstellung</b>	<b>5</b>
<b>1.4</b>	<b>Untersuchungsdesign</b>	<b>8</b>
<b>1.5</b>	<b>Zielsetzungen und Aufbau der Arbeit</b>	<b>8</b>
<b>1.6</b>	<b>Methodische Vorbemerkungen</b>	<b>11</b>
1.6.1	Untersuchungsgegenstand Handelsstruktur	11
1.6.2	Raumordnung im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesellschaft	12
1.6.2.1	Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung in der DDR	12
1.6.2.2	Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland	14
1.6.2.3	Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung Thüringens, Ausgangslage	15
<b>1.7</b>	<b>Zum Stand der Forschung</b>	<b>17</b>
1.7.1	Zur Transformation	17
1.7.2	Zur Transformation im Einzelhandel	18

## 2. DIE ENTWICKLUNG DES HANDELS IN THÜRINGEN VON 1989 BIS 1999 UND SEINE AUSWIRKUNGEN AUF DIE RAUMORDNUNG UND SIEDLUNGSSTRUKTUR

<b>2.1.</b>	<b>Ausgangsbedingungen des Handels</b>	<b>21</b>
2.1.1	Aufgaben des Handels vor 1989 in der ehemaligen DDR	21
2.1.2	Standort-, Flächengrößen und Struktur	23
2.1.3	Aufgaben des Handels im System der Marktwirtschaft	26
2.1.3.1	Steuerung der Standortansiedlungen im Rahmen der Raumordnung	27
2.1.4	Netzstruktur	28

<b>2.2.</b>	<b>Entwicklung des Handels in Thüringen von 1989 bis 1999</b>	<b>29</b>
2.2.1	Aufgaben des Handels nach der Wiedervereinigung Deutschlands, Standort-, Flächen- und Unternehmensstrukturentwicklung, Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses	29
2.2.1.1	Erste Etappe von 1989 bis 1991	29
2.2.1.1.1	Standort- und Flächenentwicklung	29
2.2.1.1.2	Unternehmensstrukturentwicklung	34
2.2.1.1.3	Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene	37
2.2.1.2	Zweite Etappe von 1992 bis 1993	47
2.2.1.2.1	Standort- und Flächenentwicklung	47
2.2.1.2.2	Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene	50
2.2.1.3	Dritte Etappe von 1994 bis 1995	56
2.2.1.3.1	Standort- und Flächenentwicklung	56
2.2.1.3.2	Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene	57
2.2.1.4	Vierte Etappe ab 1996	59
2.2.1.4.1	Standort- und Flächenentwicklung	59
2.2.1.4.2	Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene	61
<b>2.3.</b>	<b>Bewertung des Entwicklungsprozesses</b>	<b>72</b>
2.3.1	Klassifizierung der Entwicklungsetappen	72
2.3.2	Standort- und Flächenentwicklung	72
2.3.2.1	Quantitative Betrachtung des Gesamthandelsbesatzes	72
2.3.2.2	Quantitative Betrachtung des Landschaftsverbrauchs	79
2.3.2.3	Qualitative Betrachtung des Gesamthandelsbesatzes	79
2.3.2.4	Entwicklung von Einkaufs-Centern in Thüringen	82
2.3.2.5	Wertung der Standort- und Flächenentwicklung	87
2.3.3	Unternehmensstruktur	89
2.3.3.1	Bewertung der Unternehmensstrukturentwicklung	92
2.3.4	Prozeßsteuerungsfaktoren	93
2.3.4.1	Allgemeine Prozeßsteuerungsfaktoren	93
2.3.4.2	Prozeßsteuerungsfaktoren auf Bundesebene	94
2.3.4.2.1	Bewertung der Bundesmaßnahmen	95
2.3.4.3	Prozeßsteuerungsfaktoren auf Landes- und Kommunalebene	96
2.3.4.3.1	Bewertung der Landesmaßnahmen	97



<b>3. ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELS IN DEUTSCHLAND: UNTERNEHMENS- UND FLÄCHENDYNAMIK</b>
--

<b>3.1</b>	<b>Einzelhandelsumsatz</b>	<b>99</b>
3.1.1	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland	99
3.1.2	Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Bundesländern	103
3.1.3	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Thüringen	106
3.1.4	Entwicklungstendenzen	108
<b>3.2</b>	<b>Struktur des Einzelhandels</b>	<b>110</b>
3.2.1	Unternehmen	110
3.2.1.1	Konzentration im Einzelhandel	110
3.2.2	Struktur der Ladenbetriebstypen und deren Zukunftsperspektiven	113
3.2.3	Flächen- und Strukturentwicklung im innerdeutschen Vergleich	120
3.2.4	Entwicklungstendenzen	123
<b>3.3</b>	<b>Standort- und Flächendynamik</b>	<b>126</b>
3.3.1	Standortentwicklung des Einzelhandels	126
3.3.2	Einzelhandelsnetze und Einflußfaktoren der Standortdynamik	127
3.3.3	Einzelstandortentwicklungen mit nachhaltigen Auswirkungen auf Raumordnung und Städtebau	132
3.3.3.1	Shopping-Center	132
3.3.3.2	Urban Entertainment Center (UEC)	136
3.3.3.2.1	Multiplex-Kinos als Frequenzbringer in UEC	138
3.3.3.2.2	Wirtschaftliche Entwicklungsbedingungen von UEC	139
3.3.3.3	Factory Outlet Center	141
3.3.4	Perspektivische Handelsflächenentwicklungen in Deutschland und Thüringen	146
<b>3.4</b>	<b>Wertung</b>	<b>147</b>
3.4.1	Umsatzentwicklung in Deutschland und Thüringen	147
3.4.2	Handelsstrukturentwicklung	148
3.4.3	Standort- und Flächenentwicklung	151

#### **4. EINZELHANDELSDYNAMIK UND GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSTENDENZEN**

<b>4.1</b>	<b>Wirtschaftlicher Strukturwandel in den Neuen Ländern</b>	<b>154</b>
4.1.1	Wirtschaftlicher Strukturwandel in Thüringen	154
4.1.2	Kaufkraftentwicklung in Deutschland und in Thüringen	157
<b>4.2</b>	<b>Gesellschaftlicher Strukturwandel</b>	<b>160</b>
4.2.1	Strukturwandel in Deutschland: Der Trend zur Freizeitgesellschaft	160
4.2.2	Gesellschaftlicher Strukturwandel in Thüringen	166
4.2.2.1	Bevölkerungsentwicklung	166
<b>4.3</b>	<b>Auswirkungen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturwandels auf die Handelsstruktur</b>	<b>168</b>
4.3.1	Einfluß der Bevölkerungsentwicklung auf den Einzelhandel	168
4.3.2	Änderung im Einkaufsverhalten in Deutschland	168
4.3.2.1	Änderung im Einkaufsverhalten in den Neuen Ländern im Vergleich	168
4.3.2.2	Die Konsumsituation Ende der 90iger Jahre - Die Herausbildung neuer Käufertypen	176
<b>4.4</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>178</b>

#### **5. EINZELHANDELSDYNAMIK UND RAUM- BZW. STADT- ENTWICKLUNG**

<b>5.1</b>	<b>Raumentwicklung: Stadt- und Umland</b>	<b>181</b>
5.1.1	Allgemeine Situationsbeschreibung	181
5.1.2	Suburbanisierung	182
5.1.3	Nachhaltige Raumentwicklung	183
5.1.4	Steuerung des Suburbanisierungsprozesses	184
5.1.5	Bedeutung der Raumordnung auf Bundes- und Landesebene	187
<b>5.2</b>	<b>Stadtentwicklung</b>	<b>189</b>
5.2.1	”Amerikanisierung” unserer Städte versus kompakte und durchmischte Stadt	189
5.2.1.1	Stadtentwicklung in den USA	189
5.2.1.2	Leitbilder der Stadtentwicklung	189
5.2.1.3	Die Leitfunktion des Einzelhandels für eine nachhaltige Stadtentwicklung	191
5.2.2	Stadtentwicklung und Einzelhandel in Europa	192
5.2.2.1	Das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK)	192

<b>5.3</b>	<b>Handelsstruktur und Verkehr</b>	<b>194</b>
5.3.1	Allgemeine Situationsbeschreibung	194
5.3.2	Stadtverkehr	194
5.3.3	Stadtverkehr in den Neuen Ländern: Spezifische Bedingungen	195
5.3.4	Städtischer Wirtschaftsverkehr	198
5.3.4.1	Wirtschaftsverkehrsbündelungen in Thüringen – erste Versuche	201
5.3.5	Kundenverkehr	202
5.3.6	Lösungsansätze für einen stadt- und handelsverträglichen Verkehr in den Neuen Ländern	204
<b>5.4</b>	<b>Handlungsfelder für Maßnahmen zur Revitalisierung der Städte in Thüringen durch den Einzelhandel</b>	<b>205</b>
5.4.1	Aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik	205
5.4.1.1	Situationsdarstellung in Thüringen	206
5.4.1.2	Aktive Raumordnungspolitik für den Einzelhandel	207
5.4.1.3	Langfristig orientierte aktive Stadtentwicklungspolitik in Kooperation mit einer wirtschaftlichen Immobilienentwicklung	209
5.4.2	Kompakte Stadtentwicklung mit dem Einzelhandel als verbindendem Element	210
5.4.2.1	Urbane Vielfalt statt disurbaner Einfalt - die Stadt der kooperierenden Zentren, die kompakte Stadt	210
5.4.2.2	Ausgewogene Arbeitsteilung zwischen innerstädtischen und peripheren Standorten	210
5.4.3	Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	211
5.4.3.1	Passive Komponente: Steuerung durch Verschärfung der landesplanerischen Rechtsinstrumente	212
5.4.3.2	Aktive Komponente: Konzeptionelle Steuerung durch interkommunale Zusammenarbeit	215
5.4.4	Förderung des Einzelhandels	216
5.4.4.1	Integrierte Förderung der Innenstädte durch Umfeldförderung	216
5.4.4.2	Integrierte Förderung der Innenstädte durch Förderung des innerstädtischen Einzelhandels	216
5.4.5	Kooperation zwischen Kommunen und innerstädtischem Einzelhandel	218
5.4.5.1	Stadtmarketing	218
<b>5.5</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>220</b>
5.5.1	Stadt- und Umlandentwicklung	220
5.5.2	Stadtverkehr	222
5.5.3	Handlungsfelder für Maßnahmen zur Revitalisierung der Städte in Thüringen	223

<b>6. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>
--

<b>6.1</b>	<b>Grundanliegen der Arbeit</b>	<b>225</b>
<b>6.2</b>	<b>Ergebnisdiskussion</b>	<b>228</b>
	Die Handelsstrukturentwicklung in Thüringen: Ein Verlust der Zentralität der Orte durch die standörtliche Suburbanisierung des Handels	<b>228</b>
<b>6.3</b>	<b>Entwicklungstendenzen / Zielvorstellungen</b>	<b>233</b>
6.3.1	Gesellschaftliche Rahmenbedingungen - Konsumentenverhalten	<b>233</b>
6.3.2	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen - Handelsunternehmen - Handelsstruktur	<b>235</b>
6.3.3	Zur Notwendigkeit der Weiterführung der räumlichen Planung	<b>239</b>

## **7. ANLAGEN**

<b>Verzeichnis der Anlagen</b>	<b>I - III</b>
<b>Anlagen 1.1 - 1.4</b>	<b>IV - IV</b>
<b>Anlagen 2.1 - 2.21</b>	<b>XIII - XLV</b>
<b>Anlagen 3.1 - 3.13</b>	<b>XLVI - LXXII</b>
<b>Anlagen 4.1 - 4.5</b>	<b>LXXIII - LXXVII</b>
<b>Anlagen 5.1 - 5.8</b>	<b>LXXVIII - XCVII</b>

## **8. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS**

<b>Zu Gliederungspunkt 1</b>	<b>XCVIII – C</b>
<b>Zu Gliederungspunkt 2</b>	<b>C - CV</b>
<b>Zu Gliederungspunkt 3</b>	<b>CVI – CX</b>
<b>Zu Gliederungspunkt 4</b>	<b>CXI – CXII</b>
<b>Zu Gliederungspunkt 5</b>	<b>CXIII - CXVI</b>
<b>Zu Gliederungspunkt 6</b>	<b>CXVI</b>

## **ANHANG**

<b>Verzeichnis der Abbildungen</b>	<b>CXVII</b>
<b>Verzeichnis der Abkürzungen</b>	<b>CXXI</b>
<b>Lebenslauf</b>	<b>CXXIII</b>
<b>Eidesstattliche Erklärung</b>	<b>CXXVI</b>

## 1. ALLGEMEINE EINFÜHRUNG IN DIE ARBEIT

### 1.1 Einleitung

Wie kein anderer Wirtschaftszweig hat der Handel maßgeblich über die Jahrhunderte hinweg das Bild unserer Städte und Landschaften geprägt. Der Handel bis in die Mitte der 50iger Jahre für eine innerstädtische Stadtentwicklung verantwortlich, sorgte durch neue Betriebsformen für eine veränderte Angebots- und Standortpolitik an die städtischen Peripherien. Während im kapitalistisch orientierten Wirtschaftssystemen der Handel auch weiterhin stadtbestimmend war, verkümmerte er in den sozialistisch orientierten Systemen zur reinen Verteilung von Waren ohne entsprechende Angebots- und Wettbewerbsfunktion und damit nur mit einer geringen zentrumsstandortbestimmenden Funktion.

In den Städten der DDR dominierte der Handel nur wenige als Fußgängerzonen ausgebaut Bereiche. Eine Handelsvielfalt mit wettbewerbsorientierten Angeboten gab es im Vergleich zu den City-Entwicklungen in den Alten Ländern aber nicht.

Mit der Wirtschafts- und Währungsunion und der sich daran anschließenden Deutschen Einheit stand kurzfristig ein Nachfragepotential für Waren und Dienstleistungen einer vorhandenen Handelsstruktur gegenüber, die diesen Bedarf so nicht absichern konnte. Einkaufstourismus in die Alten Länder war eine kurzfristige Folge. Zur Verminderung dieses Verkehrs und der Gewährleistung einer einwohnernahen Versorgung wurden durch den Druck der Verbraucher Provisorien in nicht mehr betriebsnotwendigen Gebäuden der Landwirtschaft und der Industrie, zumeist an peripheren Standorten gelegen, für die Endverbraucherversorgung umgenutzt.

In einem Zeitrahmen einer "regierungs- und gesetzlosen Zeit" mit einem "planungs- und baurechtlichem Vakuum", resultierend aus den Ergebnissen der ersten freien Kommunalwahlen in der Noch-DDR am 06. Mai 1990 und der erst am 14. Oktober 1990 erfolgten Bildung der Landesregierung in Thüringen (Vergleiche hierzu **Anlage 1.1**) konnten fast flächendeckend städtebaulich nicht integrierte Einkaufsmärkte etabliert werden. Die sogenannten "Grüne-Wiese"-Standorte wurden damit zum alleinigen marktbestimmenden Faktor.

Konkurrenz gab es in den gewachsenen Stadtstrukturen so gut wie nicht, da sich die wenigen, übriggebliebenen Einzelhändler aus der ehemaligen DDR um ihre Unternehmensstabilisierung kümmern mußten, ohne sofort die Möglichkeit einer großzügigen Modernisierung ihrer Häuser zu erhalten.

Diese Entwicklung einer Handelsflächenkonzentration an der Peripherie der Städte hielt bis Mitte der 90iger Jahre an. Vergleiche hierzu die **Gliederungspunkte 2.2.1.1 bis 2.2.1.3**. Trotz der frühzeitig einsetzenden Regulierungen durch inzwischen gebildete Landesplanungsgremien und Verwaltungsbehörden konnte diese Entwicklung nur bedingt gesteuert werden.

Als Stadtplaner von 1976 bis 1991 im Büro des Stadtarchitekten in Erfurt, dem späteren Stadtplanungsamt in der generellen Planung tätig, war für den Verfasser dieser im Zeitraffer ablaufende Prozeß von besonderem Interesse.

In der Stadtentwicklungspolitik vor 1989, einem Wechselspiel zwischen politischem Willen von Partei- und Staatsführung der DDR und der möglichen ökonomischen Durchsetzbarkeit, wurde der mehrheitlich geglückte Versuch unternommen, die Stadt Erfurt in ihrer kompakten Stadtstruktur zu erhalten und die Wohnungsbauerweiterungsflächen in Form des Plattenbaues um die Stadt bzw. auch in das Stadtzentrum hinein zu plazieren. Über die städtebauliche und architektonische Qualität lies sich wahrlich damals schon und heute noch mehr streiten. Die für diese Wohnbebauung bzw. die Bewohner damals notwendigen, bzw. per Kennziffern ermittelten Handelsflächen wurden städtebaulich so integriert, daß sie entweder im Zentrum der Gebiete lagen oder aber auch die wohnungsnahe, das heißt ohne Nutzung des PKW erreichbare Versorgung sicherten. Parallelllaufend erfolgte entsprechend der weitaus schwächeren ökonomischen Basis nur eine sehr schleppende Entwicklung der Stadtzentren bzw. der Altstadtbereiche und deren Rekonstruktion.

Während unter der Ägide von Ulbricht zwischen 1949 bis 1971 lediglich eine Entwicklung der Stadtzentren unter den Gesichtspunkten einer Dominanz des Wohnungsbaues erfolgte, wurde unter Honnecker zwischen 1991 und 1989 nur noch reiner Wohnungsbau betrieben.

Ziel der Städtebaupolitik in beiden Machtepochen war es für den Handel, eine am System der zentralen Orte orientierte Handelsnetzstruktur aufzubauen. Diese Hierarchie bezog sich sowohl auf die Raumordnung, früher Territorialplanung, in den Bezirken der DDR, als auch auf die einzelnen Untergliederungen der Städte bis in die Stadtbezirke hinein. Bemessungsgrundlage war letztendlich der Verbraucher also der Gebietsbewohner.

Die nach 1989 einsetzende unkontrollierte und ausufernde Entwicklung der Handelsflächen als auch der Gewerbegebiete an der Peripherie der Städte ließ den Verfasser an den Grundprinzipien der Raumordnung zweifeln, zumal diese Entwicklung auch von Vertretern der Alten Ländern, tätig in Landesgremien Thüringens vehement verfochten wurde.

Auch aus dieser Sicht heraus wollte der Verfasser die Möglichkeit nutzen, den Transformationsprozeß nicht nur zu beobachten, sondern selbst mitzugestalten. Vergleiche hierzu die **Gliederungspunkte 2.2.1.1 bis 2.2.1.4** und die **Anlagen 2.2, 2.7 bis 2.10**.

In dieser Phase des wirtschaftlichen Transformationsprozesses in Thüringen war der Verfasser ab Anfang 1991 in der Industrie- und Handelskammer Erfurt anfänglich mit dem Bereich Raumordnung und in der Folge bis zu seinem Ausscheiden im Jahr 1995 mit der Geschäftsführung des Bereiches Handel, Verkehr, Dienstleistungen, Raumordnung und Tourismus betraut. Als Mitglied des Landesplanungsbeirates und weiterer Landesgremien, wie auch der Sachverständigenkommission Gebietsreform hat der Verfasser Einfluß beim Aufbau einer funktionierenden Raumordnung genommen.

In seinen Ausführungen zur Gebietsreform, zum Landesentwicklungsprogramm und zur Handelsstruktur in Thüringen <sup>1.1</sup> wurde dieser schwierige Weg in all seinen Widersprüchen beschrieben und Schlußfolgerungen für eine Prozeßoptimierung aufgezeigt.

Trotz dieser generellen und konkreten Einflußnahmen konnte nicht verhindert werden, dass sich heute eine Handelsstruktur entwickelt hat, die in erster Linie durch periphere Standorte gekennzeichnet ist. Diese periphere Entwicklung ist sowohl aus den wirtschaftlichen Bedingungen des Einzelhandels erklärbar, als auch aus dem Wunsch der Konsumenten heraus, Angebotsvielfalt auf Großflächen zu erleben, begünstigt durch das Verkehrsmittel PKW. Sie hat aber zu einer Zerstörung gewachsener Stadtstrukturen geführt. In vielen Städten ist eine Verödung der zentralen Bereiche zu erkennen, während in und an peripheren Standorten suburbanes Leben aufblüht.

Das diese Entwicklungen im Interesse von ausgewogenen Handels- und Stadtstrukturen weder durch die Raumordnungsbehörden selbst noch durch die Politik unbedingt gewollt sind, beweisen immer wieder die Versuche der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, durch Verbote dagegen vorzugehen. Aktuelles Beispiel ist hier die Vorgehensweise gegenüber der neuen Handelsbetriebsform Factory Outlet Center. Bisher haben diese Verbote aber nicht zum gewünschten Erfolg geführt, zumindestens nicht in den Neuen Ländern. Dort ist eine besondere Euphorie für Factory Outlet's zu beobachten. Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 3.3.3.3**. Andererseits wurden gerade die Einkaufs- und Shopping-Center in den Neuen Ländern nach einer relativen Stagnationsphase in Deutschland wiederum reaktiviert. Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.3.3.1**.

### **Ergebnis ist eine Dezentralisierung der Zentralität der Städte in den Neuen Ländern durch den Einzelhandel.**

Die gesellschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, genannt sei in diesem Zusammenhang die Europäisierung und die Globalisierung, zwingen die Wirtschaft und hier den Handel auf der einen Seite und die Gesellschaft verkörpert durch den Einzelverbraucher zu immer einschneidenderen Veränderungen und Verhaltensweisen. Diese Veränderungen haben weitreichende Auswirkungen auf die Raumordnung und die Stadtstrukturen.

Neue Einzelhandelsstandortentwicklungen für eine Revitalisierung der Stadtzentren werden derzeit aus den USA importiert, die den Veränderungen der Gesellschaft dahingehend Rechnung tragen, den gestiegenen Freizeitbedarf in einer Kombination von Handels- und Freizeitfunktionen zu verbinden. Inwieweit diese Betriebsformen einer stadt- und raumverträglichen Entwicklung dienlich sein können, darf nicht dem Zufall, bzw. auch nicht nur der Wirtschaft überlassen werden.

---

<sup>1.1</sup> Huck, Christian: Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999



**Die bisherige Raumordnungspolitik hat in den Neuen Ländern zu einer Divergenz zwischen städtischer Zentralität und Handelszentralität geführt.**

Betrachtet man dazu die Standortentwicklung des Einzelhandels, so wird das besonders deutlich. Die Raumordnung kann nur dann wirksam werden, wenn neue Formen der Prozeßsteuerung mit dem Ziel einer kompakten Stadtstruktur und dem Erhalt bzw. der behutsamen Weiterentwicklung der historischen Städte in einer Verwirklichung der Zentrenhierarchie eingeführt werden. Die Handelsnetzstruktur wie auch die Zentrenstruktur auf einem hierarchischen Prinzip aufgebaut, haben sich völlig voneinander losgelöst. Es gilt, diese Netze wieder in Kongruenz zu bringen. Zukünftig muß eine aktive Steuerungspolitik in einem Zusammenwirken aller am Prozeß Beteiligten wirksam werden,

**denn der Einzelhandel braucht nicht die Stadtzentren, aber ohne Einzelhandel kann ein Stadtzentrum nicht leben.**

## 1.2 Thesen der Arbeit

**These 1:** Im Rahmen des Transformationsprozesses in Thüringen hat die Entwicklung des Einzelhandels wie kein anderer Wirtschaftszweig Raumstruktur und Stadtstrukturen tiefgreifend verändert. Ergebnis ist eine permanente Suburbanisierung, die zu einer Stadtentwicklung nicht mehr in, sondern zwischen den Städten geführt hat. Die rein wettbewerbsgesteuerte Handelsentwicklung hat zu einem höheren Konzentrationsgrad der Flächen und Unternehmen, zu einer stärkeren Filialisierung mit eingeschränktem Betriebsformenmix und einem Zentralitätsverlust der Städte geführt.

**These 2:** Diese Prozeßsteuerung durch die Raumordnung ist nur dann erfolgreich, wenn das Entwicklungsziel klar definiert ist und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Einzelhandels sowie der Wandel in der demographischen und sozio-ökonomischen Konsumentenstruktur auf die Stärkung der zentralen Orte ausgerichtet werden kann.

**These 3:** Eine neue Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik ist für Thüringen notwendig, um die Zentralität der Orte mit der Aufwertung ihrer zentralen Bereiche durch den Einzelhandel entsprechend ihrer Stellung im Siedlungssystem wiederzuerlangen.

## 1.3 Problemstellung

Bei der gesamten Arbeit standen für die zentrale Untersuchung folgende Fragestellungen im Vordergrund:

Welche Entwicklung hat der Handel in Thüringen im Rahmen der Transformation in der Standort-, Flächen- und Unternehmensstruktur genommen und wie kann dieser Prozeß künftig so gesteuert werden, daß eine Struktur der zentralen Orte verwirklicht werden kann bzw. wie kann der Handel wieder zur tragenden Säule der Innenstädte werden?

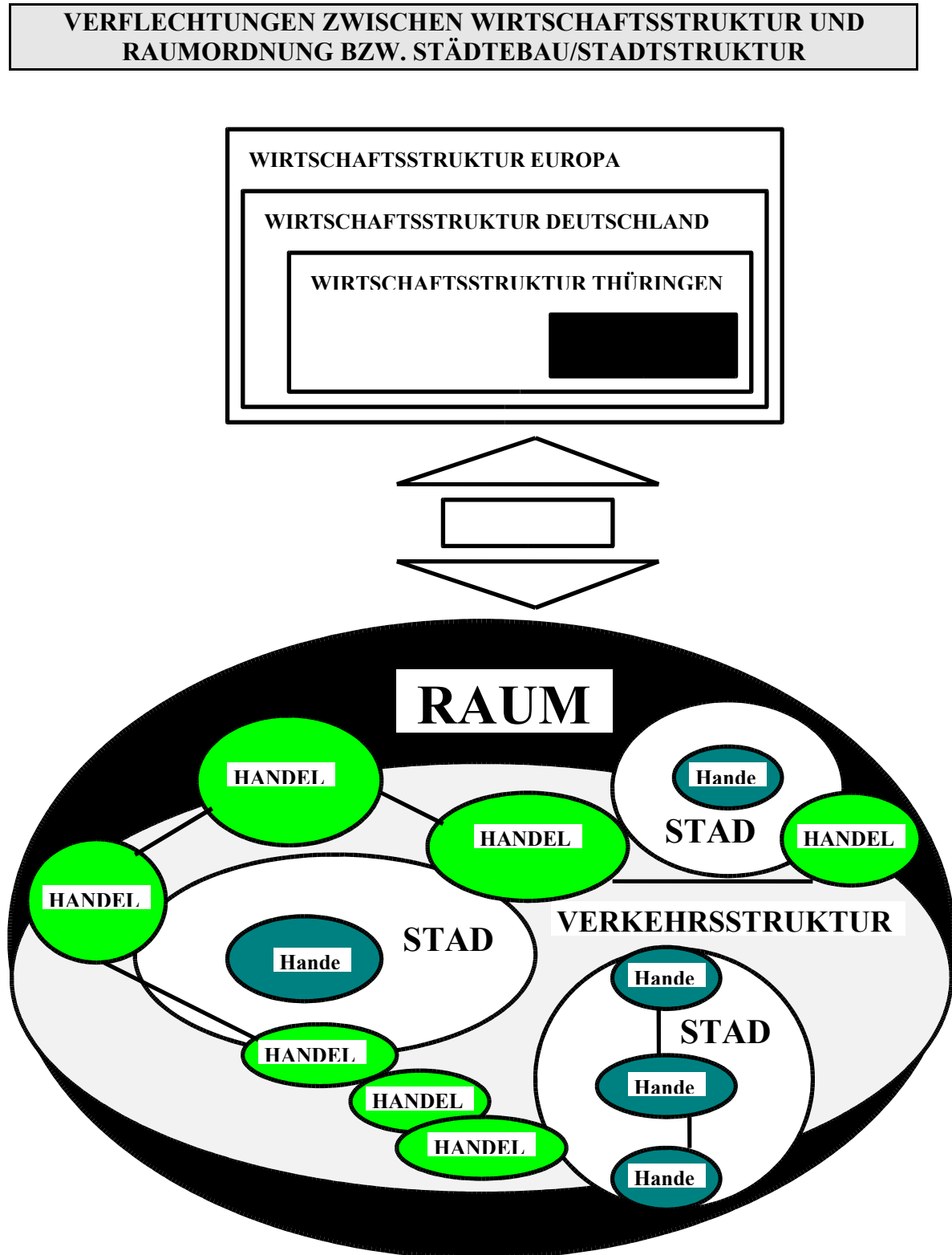
Grundlage der Untersuchungen war immer der ganzheitliche Ansatz von sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Betrachtungsweise in der Standortentwicklung des Einzelhandels. Diese Zusammenhänge werden in **Abbildung 1.1** dargestellt.

Wie erfolgten im Transformationsprozeß des Einzelhandels auf welchen Ebenen welche Einflußnahmen durch welche Interessensträger, wie z. B. den Bund, das Land, die Kommunen als auch die Investoren, Unternehmen und vor allen Dingen die Bevölkerung? Wie, auf welche Weise und mit welchen Auswirkungen diese Steuerungsfaktoren auf die Standortfindung, die Flächengrößen und die Unternehmensstruktur wirkten, wird ebenfalls hinterfragt. Unter Auswertung interner Verfahrenskenntnisse und Einflußnahme des Verfassers in der Steuerung der Ansiedlungspolitik des Einzelhandels in Thüringen und umfangreichen Datenmaterials der Industrie- und Handelskammern in Thüringen zum Gesamthandelsbesatz soll die Frage, in welchem Umfang die Handelsflächenentwicklung zu einer Erosion der Städte geführt haben, aus einer Gesamtanalyse heraus beantwortet werden.

**Abbildung 1.1**

Verflechtungen von Wirtschaftsstruktur und Raumordnung bzw. Stadtstruktur

Quelle: Eigener Entwurf



Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Territorialplanung in der früheren DDR als auch der Raumordnung in der Bundesrepublik Deutschland war und ist durch zahlreiche Gesetzeswerke geregelt. Trotzdem kam es und kommt es vielfach zu Widersprüchen in der Ansiedlungspolitik. Wurden Fehler im Rahmen der Einzelhandelssteuerung in Thüringen und in welchem Umfang begangen? Aus dieser Fehlerdiskussion soll abgeleitet werden, ob dieser Prozeß, bzw. seine Ergebnisse überhaupt zu heilen sind.

Die Anbieterseite, also der Einzelhandel wird durch wirtschaftliche Erfordernisse zu immer schnelleren Entwicklungszyklen getrieben.

Aus der Analyse der Entwicklungstendenzen im Einzelhandel stellte sich die Frage, ob für den Handel der Standort Stadt heute noch zeitgemäß ist. Der Widerspruch zwischen Stadtstruktur und Einzelhandel zeigt sich heute besonders deutlich an den großflächigen Handelsbetriebsformen neben und zwischen den Städten. Durch den technischen Fortschritt und die Wettbewerbswirtschaft bedingt, werden immer neue Betriebsformen im Einzelhandel entwickelt. In einem mehrstufigen Rationalisierungsprozeß hat, beginnend mit der Einkaufskonzentration über die Servicereduktion zur totalen Selbstbedienung bis hin zum peripheren Standort, der Handel eine rasante Entwicklung genommen. Gerade im Transformationsprozeß in den Neuen Ländern wurden die großvolumigen Betriebe übermäßig an nichtintegrierten Standorten angesiedelt und führten so zur standörtlichen Suburbanisierung des Handels. Welche Einflüsse haben diese Betriebsformen und zukünftig sich abzeichnende Betriebsformen auf die Standort- und Unternehmensstruktur im Einzelhandel?

Welche Entwicklung nimmt die Nutzerseite, also der Konsument? Hat sich sein Einkaufsverhalten radikal geändert, oder will er nach wie vor sehenden und fühlenden Auges in der Stadt oder besser in suburbanen künstlichen "Einkaufstempeln" einkaufen? Wie unterschiedlich sind die Milieus zwischen Ost- und Westdeutschland? Wie äußern sich diese Unterschiede im Kaufverhalten? Gibt es inzwischen auch neue Kaufverhaltensmuster? Werden die neuen Medien wie E-Commerce Ladenflächen künftig überflüssig machen?

Werden unsere Städte den neuen Anforderung des Handels überhaupt gerecht? Ist viel eher die "Amerikanisierung" unserer Städte zu befürchten? Welche städtebaulichen Konzepte sind zukünftig noch tragfähig? Welche Stadtform will der heutige Konsument? Kann durch Steuerungsmechanismen in Form der räumlichen Planung dieser Prozeß bewältigt werden, oder ist das Szenario der "Zwischenstadt" das zukünftige städtebauliche Leitbild in den Neuen Ländern? Ist das System der zentralen Orte in der Raumordnung überhaupt noch zeitgemäß?

Haben wir in Thüringen zuviel Verkaufsraumflächen, oder sind nur die Handelsstandorte falsch? Werden weitere Handelsflächenentwicklungen auf den Markt drängen? Kann die Handelsnetzstruktur wieder mit der Zentrenhierarchie der Städte in Kongruenz gebracht werden? Wie kann dieser Prozeß sinnvoll gesteuert werden?

## **1.4 Untersuchungsdesign**

Die Arbeit besteht aus 3 Teilen, erstens aus einer Einführung in das Thema, zweitens einem analytischen Dreischritt, bestehend aus der

- Analyse des Transformationsprozesses im Einzelhandel in Thüringen von 1989 bis 1999 unter den Gesichtspunkten Standort-, Flächen- und Unternehmensentwicklung im Kontext mit den Prozeßsteuerungsfaktoren
- Analyse der Anbieterseite, also des Einzelhandels und seiner Entwicklung in Deutschland unter den Gesichtspunkten Umsatz, Struktur, Standort- und Flächendynamik
- Analyse der Nutzerseite, also des Verbrauchers mit seinen Verflechtungen und Auswirkungen auf die Handelsstruktur

den daraus resultierenden zukünftigen Entwicklungstrends

und schließlich drittens der Darstellung von Schlußfolgerungen und Handlungsfeldern für

eine aktive Raumordnungs- und Standortentwicklungsstrategie mit dem Ziel einer Revitalisierung der Städte durch den Einzelhandel.

## **1.5 Zielsetzungen und Aufbau der Arbeit**

Hauptziel dieser Arbeit ist es, den Transformationsprozeß in all seinen Facetten, seinen Auswirkungen und seinen Ergebnissen umfassend zu analysieren. Erst mit diesen Grunderkenntnissen können darauf aufbauend Schlußfolgerungen für eine zukünftige Raumordnung und Stadtentwicklung abgeleitet werden.

Denn,

***”Einer neuen Wahrheit ist nichts schädlicher als ein alter Irrtum” (Goethe).***

Im Kapitel 1 wird neben Zielsetzung und Aufbau der Arbeit und dem Stand der Forschung in den methodischen Vorbemerkungen auf Grundsätze in der Raumordnung der ehemaligen DDR und der Bundesrepublik Deutschland eingegangen. Dabei wird besonders das System der zentralen Orte und dessen Auswirkungen auf die Handelsstruktur in beiden Systemen beleuchtet.

Im Kapitel 2 werden einleitend die Ausgangsbedingungen des Handels vor 1989, deren Aufgaben, Netzstruktur und Planung als auch die Auswirkung auf die Raumstruktur untersucht. Breiten Raum nimmt die Analyse der Handelsentwicklung im Zeitraum von 1989 bis 1999 dargestellt an konkreten Beispielentwicklungen ein. An Hand einer Etappenklassifizierung werden die Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf den Ebenen Bund, Land, Kommune genannt, bewertet und deren Einflußnahme auf die Standort- und Flächenentwicklung und Unternehmensstruktur untersucht, immer dem ganzheitlichen Grundsatz treu bleibend, Wirtschaftsentwicklung und Raumstruktur in ihren Wechselwirkungen zu analysieren.

Im dritten Kapitel wird die Einzelhandelsentwicklung Deutschlands im Ländervergleich in den letzten 10 Jahren an Hand der Einzelhandelsumsätze, der Unternehmensentwicklung und der Flächen- und Standortdynamik untersucht. Unter raumordnerischen Gesichtspunkten wird die Netzstruktur des Einzelhandels beschrieben. Neue Betriebsformen des Einzelhandels, wie Shopping-Center, Urban Entertainment Center, als auch Factory Outlet Center werden in ihren konkreten Auswirkungen auf die Raumordnung und Stadtentwicklung betrachtet. In einer Zusammenfassung werden Empfehlungen zur Entwicklung der Anbieterseite gezeigt.

Das vierte Kapitel beschäftigt sich mit der Nachfragerseite im Einzelhandel. Welche Auswirkungen hat der gesellschaftliche Strukturwandel kurz-, mittel- und langfristig auf die Einzelhandelsstruktur? Die Beziehungen zwischen Nachfrager- und Angebotsseite werden in ihren Wechselwirkungen erläutert und ihre handelsstrukturellen Auswirkungen bewertet.

Kapitel 5 untersucht die Auswirkungen der Einzelhandelsdynamik auf die Raum- und Stadtstruktur. An Hand der statt gefundenen Stadtentwicklungen an den städtischen Peripherien insbesondere durch den Einzelhandel und die gewerbegebietlichen Strukturen wird dieser Suburbanisierungsprozeß gewertet. Die Zusammenhänge zwischen Handelsstruktur und Stadtverkehr, insbesondere des Wirtschafts- und Kundenverkehrs werden in ihren spezifischen Bedingungen in den Neuen Ländern dargestellt. Daraus resultierend werden Lösungsansätze für einen stadt- und handelsverträglichen Verkehr in den Neuen Ländern formuliert. Die zukünftige Stadtentwicklung wird in einem Spannungsfeld zwischen "Amerikanisierung der Städte" und "kompakter Stadt" untersucht und die Aufgaben des Einzelhandels für eine Revitalisierung der Kernstädte in den Neuen Ländern dargestellt. Mittels einer aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik in Kooperation mit wirtschaftlichen Entwicklungszielen kann und soll mit dem Einzelhandel als verbindendem Element eine kompakte Stadtentwicklung erreicht werden. Die konzeptionelle Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch interkommunale Zusammenarbeit, oder integrierte Förderung des Einzelhandels durch Umfeldförderung als auch durch Kooperationen zwischen Kommunen und innerstädtischem Einzelhandel wird in Handlungsfeldern mit dem Ziel einer Revitalisierung der Städte und deren Stadtzentren in Thüringen aufgezeigt.

Kapitel 6 schließlich faßt die Ergebnisse der Arbeit zusammen und versucht, die sich abzeichnenden Entwicklungstendenzen auf der Angebots- und Nachfragerseite in Abhängigkeit zur Stadtentwicklung bzw. Raumordnung zu setzen. An Hand von Szenarien wird aufgezeigt, wie und in welcher Form durch den Einzelhandel bzw. durch welche Handlungsfelder eine Heilung des zwischenzeitlich eingetretenen Siedlungsfehlentwicklung erfolgen kann.

Der Verfasser schlägt hier eine neue, aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik für Thüringen unter Beachtung wirtschaftlicher, soziodemographischer, sozio-ökonomischer und umweltrelevanter Rahmenbedingungen vor.

Der Anlagenband ist den Kapiteln 1 - 5 zugeordnet.  
Er beinhaltet

- in 1 den chronologischen Ablauf zur Deutschen Einheit, die Definitionen zu Einzel- und Großhandelsbetriebsformen und die Thesen des Verfassers zur Raumordnung Thüringens aus dem Jahr 1994,
- in 2 die Grundzüge der Verkaufsstellennetzplanung in der DDR, Einzelbeispiele fehldimensionierter Handelsflächen in Thüringen, Bearbeitungsstufen im Rahmen der Landesentwicklungsplanung zur Raumstruktur Thüringens, die kartographische Darstellung des Handelsbesatzes in Thüringen, den Vergleich der Shopping-Center in Deutschland bzw. auch den Vergleich der Entwicklungsbedingungen von randstädtischen und innerstädtischen Standorten des großflächigen Einzelhandels,
- in 3 die strukturellen Vergleiche des Einzelhandels nach Bundesländern, die Fusionen im Einzelhandel von 1976 bis 1999, die größten Handelsunternehmen Deutschlands 1994 und 1998 im Vergleich, die Zusammenstellung der Shopping-Center in Deutschland, Die Bausteine für Urban Entertainment Center, Factory Outlet Center in Deutschland und deren Auswirkungen,
- in 4 die Kaufkraftentwicklung in Deutschland, die Altersstruktur der Bevölkerung in den Alten und Neuen Ländern und die Milieudarstellungen ebenfalls getrennt in Ost- und Westdeutschland und
- in 5 die Untersuchungen zur Suburbanisierung und deren Erscheinungsbildern, die Leitvorstellungen und Aufgaben der Raumordnung aus dem Raumordnungsgesetz, das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK), die Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung zu Factory Outlet Center, die Grundsätze zur nachhaltigen Stadtentwicklung, Stadtentwicklungsmodelle, die Diskussion zum Konzept der urbanen Nachhaltigkeit und die Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung zur Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume.

## **1.6 Methodische Vorbemerkungen**

### **1.6.1 Der Untersuchungsgegenstand Handelsstruktur**

Um ein Gesamtbild der Dynamik des Transformationsprozesses zu erhalten, war es unumgänglich, die Flächen- und Standortstruktur des Einzelhandels in Thüringen auf der Grundlage gesicherten Datenmaterials zu erfassen. Durch den Verfasser wurde im Rahmen seiner Tätigkeit in der Industrie- und Handelskammer Erfurt sehr frühzeitig angeregt, neben einem aussagefähigen Gewerbeflächenstandortkatalog auch über Datenmaterial zur Handelsstruktur als Grundlage für die Raumplanung des Landes zu verfügen.

Diese Analyse erfolgte als Gemeinschaftsaufgabe der 3 thüringer Industrie- und Handelskammern ohne Beteiligung der Landesplanung, mit einer Fertigstellung zum Sommer 1997. Erfaßt wurde der Einzelstandort, untergliedert in die Einzelnutzungen Lebensmittel-, SB-Markt, Bau- bzw. Heimwerkermarkt, Gartencenter, Möbelmarkt/Einrichtungshaus und Sonstige, sowie die dazu realisierte Verkaufsraumfläche einschließlich der Betreiberbezeichnung. Auf diesem Material aufbauend hat der Verfasser eigene Ermittlungen einfließen lassen.

In Auswertung dieser Daten wurden die Standorte durch den Verfasser in peripher bzw. stadtgebietsorientiert untergliedert.

Als stadtgebietsorientiert gelten Standorte in Stadtzentren und Stadtteilen, während periphere Lagen als Standorte definiert wurden, die außerhalb, gewachsener Stadtstrukturen bzw. in dörflichen Randlagen errichtet wurden. Weitere Definitionen zu einzelnen Handelsbetriebsformen sind in **Anlage 1.2** erfaßt.

Differenziert untersucht wurde weiterhin die Standort- und Flächenentwicklung der Shopping-Center in Thüringen. Unter Ansatz der allgemeinen Merkmalsdefinitionen war es relativ einfach, diese Einzelstrukturentwicklung zu klassifizieren. Dazu wurden die in Deutschland bereits gebauten bzw. noch im Bau befindlichen Center, geordnet nach Bundesländern und Verkaufsflächengröße, in Relation gesetzt und bewertet.



## **1.6.2 Raumordnung im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesellschaft**

### **1.6.2.1 Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung in der DDR**

Die für die Stadtentwicklung in der DDR besonders wichtigen Funktionskategorien der Orte wurden bereits frühzeitig festgeschrieben. Auf der Basis der Zentrale-Orte-Theorie von Christaller <sup>1.2</sup> erfolgte in der Nachkriegszeit eine Kategorisierung, die 1974 als Kombination von Bestands- und Entwicklungstypen in den "Grundsätzen der staatlichen Siedlungspolitik der DDR" veröffentlicht wurde. KIND führt in seinem Aufsatz zur "Territorialentwicklung und Territorialplanung in der DDR" <sup>1.3</sup> aus, dass die Siedlungsstrukturplanung das stabilste Element in allen Phasen der räumlichen Planung der DDR war. Diese Kategorien sind vergleichbar mit den heutigen Kategorisierungen, siehe dazu **Abbildung 1.2**. Sie waren aber differenzierter ausgeführt worden, weil die ökonomische Basis der DDR dies erforderte.

Im Ergebnis der 40jährigen Raumstrukturentwicklung erfolgte zwar nach KIND: <sup>1.3</sup>

- Eine deutliche Reduzierung der Unterschiede im Entwicklungsniveau der Teilgebiete durch eine Ausgleichspolitik in den ehemals zurückgebliebenen Gebieten im Vergleich zu den Ballungsgebieten (leistungsfähige Raumstruktur als Voraussetzung für die wirtschaftliche Neustrukturierung), die in der heutigen Raumordnung als Ausgleich unter den Regionen bzw. als Ausgeglichenheit in der Zentrenstruktur bezeichnet werden.
- In den Städten aber selbst reichte das ökonomische Potential nur für den teilweisen Wiederaufbau der Stadtzentren und die städtischen Erweiterungen durch Großwohngebiete der 70er und 80er Jahre, ohne die gründerzeitlichen Wohngebiete dazwischen ausreichend modernisieren bzw. sanieren zu können.
- Der Einzelhandelsumsatz als wichtigste Kennziffer des Verbrauchs materieller Güter durch die Bevölkerung war fast ausgeglichen (Mit Ausnahme der Hauptstadt Berlin-Ost lagen die Abweichungen der Anteilswerte vom Bevölkerungsanteil unter 10 %). Die Ausstattung mit Einrichtungen des Einzelhandels war durchgehend nivelliert worden, auch hier lagen die Abweichungen zwischen den Bezirksstrukturen der DDR unter 10 %. So lag die Bandbreite der Verkaufsflächen in m<sup>2</sup> je Einwohner Mitte der 80er Jahre zwischen 276 (Frankfurt/Oder), 288 (Erfurt), 294 (Gera), 320 (Suhl) und 327 (Chemnitz). Diese Flächenstrukturen waren bezüglich der städtischen und dörflichen Standorte weiter ausdifferenziert. Eine Grundversorgung war, anders als heute, bis in die dörflichen Lagen hinein gesichert.

Die Standorte der Handelseinrichtungen waren einerseits in den gewachsenen städtischen Strukturen der "bürgerlichen Stadt" überliefert bzw. konserviert worden, andererseits mit der städtebaulichen Entwicklung ab der 70er Jahre in den Neubauwohngebieten durch Stadtteil- bzw. Wohngebietszentren neu geordnet worden.

<sup>1.2</sup> Christaller, Walter. Die zentralen Orte in Süddeutschland, Jena 1933

<sup>1.3</sup> Kind, Gerold: Territorialentwicklung und Territorialplanung in der DDR: Ergebnisse und Auswirkungen auf die Raumstruktur Deutschlands, in: Becker, Anette (Hrsg.): Regionale Strukturen im Wandel, Leske + Budrich, Opladen, 1997

Der Handelsbesatz in den Neubaugebieten wurde nach der "Komplexrichtlinie für die Planung von Neubaugebieten" ermittelt und realisiert (Siehe **Anlage 2.1**). Die Aufwertung der Stadtzentren wurde durch die Umgestaltung von Straßenzügen zu Fußgängerzonen in eine neue Qualitätsstufe überführt. 1968 wurde in Rostock die Kröpeliner Straße erster Fußgängerboulevard in der DDR, gefolgt von Weimar (1969), Dresden (1972), Gotha (1973), Zeitz (1974), Halle (1975) und Sömmerda (1975), weitere folgten <sup>1.4</sup>.

In diesen Zonen wurden zum Beispiel Handelsflächen von 16.390 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Dresden, in Gotha 12.000 m<sup>2</sup> und in Weimar 4.670 m<sup>2</sup> konzentriert. Demgegenüber besaßen bereits 1960 35 westdeutsche Städte Fußgängerzonen, deren Zahl sich bis 1973 auf 214 und bis Mitte der 80iger Jahre auf ca. 800 erhöhte <sup>1.5</sup>.

### Abbildung 1.2

Siedlungskategorien in der ehemaligen DDR und Zentrale Orte in der Bundesrepublik  
Quelle: <sup>1.6</sup>

<b>SIEDLUNGSKATEGORIEN IN DER EHEMALIGEN DDR/BEZIRK ERFURT</b>	<b>ZENTRALE ORTE BUNDES- REPUBLIK/LAND THÜRINGEN</b>
Großstädte mit bezirklicher und teilweise überbezirklicher Bedeutung	Oberzentren
Große Mittelstädte mit kreislicher und überkreislicher Bedeutung	Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums
Kleine Mittelstädte als Kreiszentrum	Mittelzentren und teilfunktionale Mittelzentren
Kleinstädte mit Zentrumsfunktion	Unterzentren/Kleinzentren
Große Dörfer mit Umlandfunktion	Kleinzentren

<sup>1.4</sup> Bauakademie der DDR: Forschungsvorhaben Sozialistischer Städtebau: Bearbeiterkollektiv: Fußgängerbereiche in Stadtzentren, Beispiele und Empfehlungen, Teil 1, Berlin, 1977

<sup>1.5</sup> Jürgens, Ulrich: Einzelhandel in den Neuen Bundesländern - die Konkurrenzsituation zwischen Innenstadt und "Grüner Wiese", dargestellt anhand der Entwicklungen in Leipzig, Rostock und Cottbus, in: Kieler Geographische Schriften, Band 98, Kiel, 1998

<sup>1.6</sup> Heidenreich, Gotthard: Siedlungsstruktur und Siedlungsentwicklung Thüringens, in: Erfurter Geographische Studien: Thüringen: Zur Geographie des neuen Bundeslandes, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogischen Hochschule Erfurt/Mühlhausen, Heft 1/1993, S. 43

#### **1.6.2.2 Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland**

Die Raumplanung in der Bundesrepublik Deutschland als auch die Territorialplanung der DDR haben gleiche historische Traditionen. So wurde z. B. die Zentrale-Orte-Theorie von Christaller zu einem Grundelement der räumlichen Planung. Anders als in der DDR, wo die zentralistische Planung Grundlage der Territorialplanung war, wurde ein föderalistischer Planungs- und Entwicklungsprozeß, der sich in einem ständigen Wandel entsprechend der veränderten wirtschaftlichen und politischen Gewichtungen befindet, praktiziert. Mit der deutschen Vereinigung hat das Ziel der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse im Raum hohe Aktualität erlangt. Die heutige Raumplanung muß sich Disparitäten zwischen Altindustrie-Regionen und neuen Metropolen, zwischen peripheren ländlichen Räumen und ländlichen Gebieten mit hohem Freizeitwert stellen. Hinzu kommt der zunehmende Standortwettbewerb der Regionen in Europa unter Einbeziehung von Mittel- und Osteuropa <sup>1.7</sup>.

Betrachtet man im konkreten Fall die Handelsstrukturentwicklung in den Alten Ländern der Bundesrepublik Deutschland, so ist festzustellen, dass im Ergebnis einer kontinuierlichen Entwicklung der Handel in den Städten zur wichtigsten stadtgestalterischen Komponente wurde. Die Handelsstruktur lehnte sich an die Zentrenstruktur an. Einzelhandelsunternehmen trafen ihre Ansiedlungsentscheidung unter dem Aspekt Absatz und Einzugsbereich. Die Städte und hier die Stadtzentren waren auf Grund ihrer wirtschaftlichen Präsenz in der Lage, den "Grünen-Wiese-Standorten" Paroli zu bieten. Ergebnis ist eine höhere Versorgungsqualität als in Ostdeutschland. Vielmehr die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Handels als auch die wegen der fortschreitenden Verdichtung geringeren Entwicklungsmöglichkeiten in den Zentren, führten zu einer arbeitsteiligen Handelsstruktur mit der Wichtung, dass ca. 70 % der Handelsflächen noch in der Stadt funktionieren. Die Standortentwicklung konnte durch die Steuerung über immer wieder den realen Gegebenheiten angepaßte Rechtsvorschriften reguliert werden. Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 2.1.3.1**.

Trotzdem ist auch hier das raumordnerische Leitbild der "Dezentralen Konzentration" gescheitert. Die Landschaft wird weiter durch ungebremsen Zuwachs der ländlichen Gemeinden und der Zwischenräume in den Ballungsräumen und auch hier durch den Einzelhandel weiter verstädtert. Es zeigt sich hier besonders deutlich, dass raumordnerische Leitbilder nur unvollständig verwirklicht werden konnten, da keine Umsetzungsstrategien vorlagen.

---

<sup>1.7</sup> Göller, Josef-Thomas, Platz, Holger, PLANCO Consulting GmbH, Essen: Raumplanung in Deutschland - Eine Einführung, erarbeitet im Auftrag des Bundesministeriums für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, 1995

### **1.6.2.3 Wechselwirkungen zwischen Handelsnetz und Zentralörtlichkeit im Rahmen der Raumordnung Thüringens, Ausgangslage**

Im Zuge der Deutschen Einheit wurde mit dem Einigungsvertrag das Raumordnungsgesetz auch für die Neuen Länder wirksam. Durch den Aufbau neuer Planungsgremien, ohne auf die bisherige Struktur zurückzugreifen, entstanden erhebliche Disparitäten, die sich insbesondere in ungeordneten Entwicklungen neuer Gewerbegebietsflächen als auch Handelsflächen darstellten. Vergleiche dazu die Chronologie in **Anlage 1.1** und die Ausführungen unter **Gliederungspunkt 2.2.1.1.3**.

Vielfach waren die installierten Entscheidungsgremien der Landesplanung überfordert, bzw. durch politische Einflußnahme gezwungen, dieser Entwicklung Vorschub zu leisten. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass BEYER u. A., verantwortlich für die Landesplanung Thüringens, davon sprechen, dass diese Disparitäten nicht verhindert werden konnten. In den Ausführungen zum Aufbau der Raumordnung in Thüringen, führen sie aus:

*„Wie auch in anderen neuen Bundesländern waren es in Thüringen die großen Handelsketten, die auf der „Grünen Wiese“ großflächige Einzelhandelsvorhaben entstehen ließen. So entstand aus dem überlieferten Handelsdefizit teils räumlich, teils branchenspezifisch, bereits ein Überangebot vor allem an großflächigen Einzelhandelsunternehmungen. Durch die Dominanz dieser Fach- und Verbrauchermärkte werden somit alle Funktions- und Lebensbereiche der Städte gefährdet.“*<sup>1.8</sup>

Es erfolgt kein Hinweis auf die damalige Situation, lediglich dann der Hinweis 650.000 m<sup>2</sup> Handelsfläche nicht genehmigt zu haben, bei einer Befürwortung von 1,77 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>1.8</sup>.

In der Phase des Neuaufbaues der Handelsstruktur hat die Landesplanung die Handelsentwicklung nur dann überhaupt beeinflussen können, wenn über Einzelvorhaben im Rahmen der Abgabe einer Stellungnahme zur Landesplanerischen Beurteilung durch das Landesverwaltungsamt zu entscheiden war. Die mögliche grundsätzliche Steuerung durch Herstellung eines planerischen Vorlaufes, also eine aktive Raumordnung, konnte auch hier bis heute noch nicht verwirklicht werden.

**Die Raumplanung konnte den Aufbau einer gesunden Handelsstruktur in Angleichung an die Zentrenstruktur nur geringfügig partiell steuern. Bis heute wird nur in Ansätzen die Auswirkung des Handels auf die Raum- und Stadtstrukturen durch die Raumordnung des Landes Thüringen erkannt und aktiv beeinflußt bzw. gesteuert.**

---

<sup>1.8</sup> Beyer, Bernd-Bodo, Kilz, Joachim, Okonnek, Siegfried, Gallander, Burckhard, Traut, Lore, List, Burckhard, Reinhardt, Martin: Raumordnung in Thüringen, in: Jenaer Geographische Manuskripte, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Institut für Geographie, Band 2, 1994, S. 52 ff.

RESCH fordert in seinem Aufsatz zu "Regionalplanungen - Konzepte für die Zukunft"<sup>1.9</sup> einen breit angelegten interdisziplinären Ansatz in der Regionalplanung, um weitere Fehlentwicklungen in den Neuen Ländern zu vermeiden. Dazu gehört seiner Meinung nach die Einbindung von sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Bedingungen, ohne die ein ganzheitlicher Entwicklungsansatz nicht erfolgversprechend ist. Wie recht er damit hat, haben die überdimensionierten Gewerbegebiete und Handelsflächen in den Neuen Ländern bewiesen, die weder auf die wirtschaftliche Kraft der Orte noch die vorhandene soziale Infrastruktur ausgelegt wurden. Weiterhin moniert er, dass die inzwischen aufgestellten Regionalplanungen zwar alle Möglichkeiten an Entwicklungszielen aufweisen, es aber vielfach an örtlicher Integrierbarkeit fehlt. Ein Zeichen mangelnder analytischer Basisdaten.

Das trifft im konkreten Fall für die Analyse der thüringer Handelsstruktur zu. Eine durch die Landesplanung bzw. durch die im Landesverwaltungsamt Thüringens arbeitende Referatsgruppe Raumordnung und Landesplanung autorisierte Gesamtanalyse liegt bis heute noch nicht vor.

Ohne eine grundsätzliche Analyse kann aber keine zukunftsorientierte, auf Erfolg versprechende Regionalplanung verwirklicht werden.

Diese ist letztendlich Voraussetzung dafür, dass über eine Angebotsplanung die Handelsunternehmen entsprechende Rahmenbedingungen erhalten, die wiederum im Einklang mit raumordnerischen Grundsätzen stehen sollen.

---

<sup>1.9</sup> Resch, Walter: Regionalplanungen - Konzepte für die Zukunft: Eine kritische Analyse der gegenwärtigen Situation, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 5/1995, S. 22 - 23

## **1.7 Zum Stand der Forschung**

### **1.7.1 Zur Transformation**

Als Transformation wird ein umfassender Komplex von Wandlungsprozessen definiert, der weit über die reinen Wirtschaftsprozesse hinaus in gesellschaftliche und sozialpolitische Strömungen eingreift. Die konkrete Transformation, nämlich der Prozeß des Übergangs von der Plan- zur Marktwirtschaft hat in den letzten 10 Jahren tiefgreifende Auswirkungen auf die Gesellschaftsstruktur in den Neuen Ländern hinterlassen.

Wegen der Vielschichtigkeit der Prozesse, sind vielfach nur Einzelbereiche untersucht worden. Erstmals wurde 1994 durch das Thüringer Ministerium für Bundes- und Europaangelegenheiten im Rahmen eines Symposions der Versuch unternommen, die Transformationsprobleme im Wirtschafts- und Sozialbereich ganzheitlich zu analysieren und Maßnahmen und Instrumente zur Bewältigung dieser Transformationsprobleme aufzuzeigen <sup>1.10</sup>.

In diesem Zusammenhang wurden vom Verfasser Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur Thüringens eingebracht, Defizite genannt, deren Ursachen bestimmt und Lösungsansätze aufgezeigt. In **Anlage 1.4** ist der Wortlaut dieses Thesenpapiers aufgeführt.

Die Auswirkungen der Transformation in der Gewerbestruktur eines konkreten Untersuchungsgebietes war Ziel einer Diplomarbeit, die durch den Verfasser angeregt und betreut wurde. Gemeinsam mit der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar, Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung unter Leitung von KIND wurde im Rahmen der 1996 verteidigten Arbeit von HAASE und WELLENDORF der abgelaufenen Umstrukturierungsprozeß an Hand der neu gebildeten Wirtschaftsstruktur in den Gewerbegebieten der Landeshauptstadt Erfurt untersucht und allgemeine Entwicklungstendenzen abgeleitet <sup>1.11</sup>.

---

<sup>1.10</sup> Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei: Hrsg. Hartmut O. Ries: 1. Thüringer Symposion "Transformationsprobleme - lösbar?" - am 6./7.05.1994 in Erfurt, Tagungsband, 2. Auflage, 1995

<sup>1.11</sup> Haase, Gerrit, Wellendorf, Frank: Untersuchung des wirtschaftlichen Strukturwandels in den Neuen Bundesländern am Beispiel Erfurt; Diplomarbeit an der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar - Universität, Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung, Weimar im September 1995

Die 1998 an der Universität Kaiserslautern von MÜNCH vorgelegte Diplomarbeit zur Analyse und Typisierung von Gewerbegebieten in Thüringen <sup>1.12</sup> betrachtet die vollzogene Entwicklung der Gewerbegebiete entlang der A 4 zwischen Eisenach und Gera. Diese Analyse beschreibt lediglich die quantitative Gebietsbelegung und versucht, nur eine Typisierung an Hand allgemeiner infrastruktureller Merkmale ohne strukturelle und qualitative Untersuchung.

Besonders erwähnenswert sind die umfänglichen Ausführungen von TIETZ zur Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft, immer unter Bezugnahme der analytischen Systemvergleiche zwischen der ehemaligen DDR und der Bundesrepublik Deutschland und der daraus resultierenden Szenarien und Optionen in ausgewählten Funktionsbereichen der Wirtschaft für Gesamtdeutschland. Auf die Grundlagen der künftigen wirtschaftlichen Bedingungen in Ostdeutschland wird genauso eingegangen, wie auf die strategischen Optionen und Aktionsprogramme der Unternehmen in und für Ostdeutschland. Die einzelnen Wirtschaftsbereiche, beginnend mit der Industrie bis hin zum Dienstleistungssektor, einschließlich des Einzelhandels werden in ihren Entwicklungsszenarien Ost und West untersucht und Optionen aufgezeigt. Durch den frühen Tod von TIETZ konnte dieses Werk bedauerlicherweise nicht umfassend fortgeschrieben werden <sup>1.13</sup>.

---

<sup>1.12</sup> Münch, Udo: Analyse und Typisierung von Gewerbegebieten in Thüringen; Diplomarbeit an der Universität Kaiserslautern, Lehr- und Forschungsgebiet Regional- und Landesplanung, Kaiserslautern im Januar 1998

<sup>1.13</sup> Tietz, Bruno: Optionen für Deutschland: Szenarien und Handlungsalternativen für Wirtschaft und Gesellschaft: Ein Handbuch für Entscheidungsträger, Verlag Moderne Industrie Landsberg/Lech, 2. Auflage 1991

### 1.7.2 Zur Transformation im Einzelhandel

Zur Transformation im Handelsbereich der Neuen Länder sind mehrere Analysen, zum Teil auch über einen längeren Zeitraum hinweg, geführt worden. Am Beispiel konkreter Städte wurden die Handelsstrukturveränderungen zumeist quantitativ untersucht. So bewerteten:

- MEYER die Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena im Zeitraum von 1991 bis 1996 <sup>1.14, 1.15</sup>
- HUBAL den Strukturwandel in der Erfurter Innenstadt <sup>1.16</sup>
- THIEL verglich den Einzelhandel in Erfurt und Mainz an Hand von Angebots- und Standortstrukturen <sup>1.17</sup>
- OTT den Transformationsprozeß der Stadt Erfurt <sup>1.18</sup> und
- JÜRGENS den Einzelhandel in den Neuen Bundesländern als Konkurrenzsituation zwischen Innenstadt und "Grüner Wiese", am Beispiel der Städte Leipzig, Rostock und Cottbus <sup>1.5</sup>

Nicht immer wurde die Entwicklung in der ehemaligen DDR im Kontext der historischen Gesamtentwicklung betrachtet. Einige der Arbeiten lassen eine Objektivität für Entwicklungen in der DDR vermissen, betrachtet wurde der Transformationsprozeß unter rein altbundesdeutschem Bezug, das heißt aus einer außenstehenden "besuchenden" Position nur an Hand von Literatur und möglicherweise auch durch Befragungen heraus. So hat OTT in seinem regulationstheoretischem Ansatz zu "Erfurt im Transformationsprozeß der Städte in den neuen Ländern" zwar durch akribisches Datenmaterial den Versuch unternommen, die (post)sozialistische Stadt im Transformationsprozeß zu beschreiben, einzelne Verallgemeinerungen insbesondere zu handelnden Personen sind aus Unkenntnis heraus aber fehl interpretiert und irreführend.

---

<sup>1.14</sup> Meyer, Günter: Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Teil XIII: Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena (1991 - 1996) unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen der Goethe Galerie, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 15. August 1996

<sup>1.15</sup> Meyer, Günter: Entwicklungsprobleme und Perspektiven des Einzelhandels in Jena: Ergebnisse einer Einzelhandelsbefragung im Juni 1996, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 22. September 1996

<sup>1.16</sup> Hubal, Birgit: Geschäftszentren im Umbruch - Strukturwandel in der Erfurter Innenstadt unter veränderten Rahmenbedingungen, in: Erfurter Geographische Studien: Thüringen: Zur Geographie des neuen Bundeslandes, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen, Heft 1/1993

<sup>1.17</sup> Thiel, Andreas: Der Einzelhandel in Mainz und Erfurt: Eine vergleichende Untersuchung von Angebots- und Standortstrukturen unter Einsatz quantitativer Methoden, in: Erfurter Geographische Studien Heft 2/1994, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen

<sup>1.18</sup> Ott, Thomas: Erfurt im Transformationsprozeß der Städte in den neuen Ländern - Ein regulationstheoretischer Ansatz, in: Erfurter Geographische Studien Heft 6/1997, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen

<sup>1.5</sup> Jürgens, Ulrich: Einzelhandel in den Neuen Bundesländern - die Konkurrenzsituation zwischen Innenstadt und "Grüner Wiese", dargestellt anhand der Entwicklungen in Leipzig, Rostock und Cottbus, in: Kieler Geographische Schriften, Band 98, Kiel, 1998



Den genannten wirtschaftsgeographischen Untersuchungen ist gemeinsam, dass aus der Sicht des Beobachters aus den Alten Ländern durch Befragungen der Konsumenten und der am Transformationsprozeß Teilhabenden, empirische Verallgemeinerungen zur Entwicklung selbst getroffen werden, ohne griffige Lösungsvorschläge zur Veränderung der Gesamtsituation treffen zu können. Es erfolgen zum Teil momentane Beschreibungen der Auswirkungen, weniger Raum wird dabei der Ursachenforschung gewidmet, die letztendlich Grundlage sein muß, um Lösungsvorschläge ableiten zu können.

SALEM <sup>1.19</sup> hingegen führt in seinen städtebaulichen Untersuchungen zur Entwicklung der Stadtzentren in einem internationalen Vergleich aus, welche Maßnahmen zu einer Revitalisierung der Kernstädte beitragen können. Ohne konkrete Gegensteuerungsmaßnahmen wird sich seiner Meinung nach die Abnahme der Innenstadtattraktivität und die Verschlechterung des Stadtbildes weiter fortsetzen. Er räumt dabei dem Erhalt von zentralem Wohnen und zentraler Wohneinrichtungen sowie der Verbesserung des Wohnungsbestandes prinzipiellem Vorrang ein. Für die Einzelhandelsentwicklung sieht er Prioritäten in der Konzentration auf Bereiche, die bereits einzelhandelsorientiert sind. Diese gilt es zu erweitern und zu stärken. Als ersten Beitrag dazu sieht er die flexiblen Ladenöffnungszeiten. Gleichsam fordert er die Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen, wie die Senkung der Baukosten zur Bewahrung der Vielfalt der zentralen Funktionen, die Verbesserung des Dichteertragszuwachses der zentralen Funktionen, die Verbesserung des Gebrauchswertes der Gebäude, eine neue Bodenpreispolitik und die Anziehung neuer Investoren.

Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht wird durch TIETZ <sup>1.20</sup> die Entwicklung der Einzel- und Großhandelsstrukturen in Deutschland im Kontext mit der europäischen und weltwirtschaftlichen Entwicklung betrachtet. Aufbauend auf differenzierten Analysen der Handelsentwicklungen in beiden Teilen Deutschlands, unter Beachtung der bereits erfolgten Strukturveränderungen, werden Szenarien für einen Zeitraum bis 2010 aufgezeigt.

Übergreifende Untersuchungen, in denen sowohl die wirtschafts- als auch die raumstrukturellen Komponenten bewertet werden, wie in dieser Arbeit vorgelegt, sind dem Verfasser in dieser Form nicht bekannt. So geht keine der genannten Arbeiten auf die Prozeßsteuerung im Rahmen der Raumordnung ein.

Wiederholt hat der Verfasser diese wichtigen raumordnerischen Gestaltungsmöglichkeiten beleuchtet, zuletzt in seinem Artikel im Deutschen Architektenblatt, betitelt mit der Überschrift: Sind unsere Innenstädte noch zu retten <sup>1.21</sup>? Hier wird auf eine aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik hingewiesen, ohne die gemeinsam mit dem Einzelhandel die Städte im Prozeß der Suburbanisierung verlieren werden.

---

<sup>1.19</sup> Salem, Wahid Zakaria Ibrahim: Struktur und Gestalt von zentralen Gebieten im internationalen Vergleich, Dissertation der Fakultät für Architektur der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen, November 1997

<sup>1.20</sup> Tietz, Bruno: Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt am Main, 1992

<sup>1.21</sup> Huck, Christian: Sind unsere Innenstädte noch zu retten?, in: Deutsches Architektenblatt, Ausgabe Ost, Heft 9/99, S. 494 - 497

## **2. DIE ENTWICKLUNG DES HANDELS IN THÜRINGEN VON 1989 BIS 1999 UND SEINE AUSWIRKUNGEN AUF DIE RAUMORDNUNG UND SIEDLUNGSSTRUKTUR**

### **2.1. Ausgangsbedingungen des Handels**

#### **2.1.1 Aufgaben des Handels vor 1989 in der ehemaligen DDR**

Der Handel hatte in der ehemaligen DDR die Aufgabe, die Grundbedürfnisse der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfes abzusichern. In der Versorgung mit Waren des aperiodischen Bedarfes konnte man schon nicht mehr von Handel sprechen sondern von Verteilung bzw. eher Zuteilung. Demzufolge war die Qualität der Handelsflächen eher bescheiden funktional, denn einem modernen Verkaufsambiente angepaßt.

Daneben waren noch die Aufgaben

Koordination von Bedarf und Produktion und  
Ideologische Funktionen zu gewährleisten <sup>2.1</sup>.

#### **Abbildung 2.1**

Aufgaben des Einzelhandels im System der Zentralverwaltungswirtschaft

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.1</sup>

<b>VERSORGUNGS- FUNKTION</b>	<b>KOORDINATION VON BEDARF UND PRODUKTION</b>	<b>IDEOLOGISCHE FUNKTION</b>
Kernaufgabe des Handels: <ul style="list-style-type: none"><li>• Verantwortung für die zeitliche, mengenmäßige und sortimentsgerechte Versorgung individueller und produktiver Konsumenten bei minimalem Einsatz volkswirtschaftlicher Mittel und Kräfte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nachfragegerechte Ausrichtung der Produktion</li></ul> <p>(Informationsfunktion hinsichtlich des zukünftigen Bedarfs bzgl. Sortiment, Mengen, zeitlichen und räumlichen Aspekten)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verbesserung der Reproduktion des gesellschaftlichen Arbeitsvermögens</li><li>• Förderung der Übereinstimmung zwischen gesellschaftlichen Erfordernissen und der persönlichen materiellen Interessiertheit der Mitglieder der sozialistischen Gesellschaft</li></ul>

<sup>2.1</sup> Thiel, Andreas: Der Einzelhandel in Mainz und Erfurt: Eine vergleichende Untersuchung von Angebots- und Standortstrukturen unter Einsatz quantitativer Methoden, in: Erfurter Geographische Studien Heft 2/1994, Institut für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen; S. 5 ff.

Seine Grundstrukturierung erfolgte nach hierarchischen Grundprinzipien, die durch staatliche Normative vorgegeben waren.

**Anlage 2.1** stellt diese Planungsprinzipien zur Verkaufstellennetzplanung in der ehemaligen DDR dar. In **Abbildung 2.2** wird eine grundsätzliche Wertung vorgenommen.

### Abbildung 2.2

Wertung der Verkaufstellennetzplanung in der DDR

Quelle: Eigene Ermittlungen, in Auswertung von <sup>2.2</sup>

WERTUNG	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Handelsnetzplanung war ein dirigistisches Staatsinstrument zur Entwicklung und Gestaltung eines - sozialistischen Wertevorstellungen entsprechenden - Verkaufstellennetzes.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Verkaufstellennetz wurde vordergründig auf die Funktion - materielle Hülle für den VOLLZUG des Warenverkaufes an den Kunden zu sein - beschränkt.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Warenverkauf wurde auf die Sicherung der existentiellen Versorgungsbedürfnisse mit vertretbarem Weg-Zeit-Aufwand bei Gewährleistung ökonomischer Effektivität für den Handelsbetrieb reduziert.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Die Siedlungskategorien der Territorialplanung waren Grundlage für die Herstellung der Kongruenz zwischen hierarchisch aufgebautem Einzelhandelsnetz und Zentralörtlichkeit.</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Rolle des Einzelhandels als stadtgestaltender Faktor wurde nicht beachtet.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Einkauf als emotionale Funktion des Einzelhandels war nicht gewollt.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Zustand und Verkaufsgrößenstruktur in der ehemaligen DDR waren hoffnungslos veraltet.</li> </ul>	
<p>Durchschnittsgröße an Verkaufsflächen je Handelseinrichtungen: 66 m<sup>2</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>davon Waren des täglichen Bedarfs: 57 m<sup>2</sup></li> <li>Industriewaren: 88 m<sup>2</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Großobjekte &gt; 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nur mit einem Anteil von 10 % an der Gesamtverkaufsfläche</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ca. 1/3 aller Verkaufsstellen mit ca. 1,4 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche waren längerfristig nicht mehr nutzbar.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Der Ausstattungsgrad mit Handelsflächen je Einwohner entsprach ca. 1/3 der Ausstattung in Westdeutschland.</b></li> </ul>	

<sup>2.2</sup> Wackernagel, Peter: Verkaufstellennetzplanung in der ehemaligen DDR, in: Standortpolitik des Einzelhandels, DHI, 1991

### 2.1.2 Standort-, Flächengrößen und Struktur

Das Handelsnetz der Deutschen Demokratischen Republik wies zu Beginn der Deutschen Einheit folgende Besonderheiten auf:

- Die Einzelhandelsdichte von ca. 0,3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner entsprach knapp einem Drittel der Ausstattung in den Alten Ländern. Die Defizite lagen vor allem im Bereich Industriewaren<sup>2.3</sup>.
- Die Verkaufseinrichtungen waren eher kleinteilig und besaßen eine nicht wettbewerbsfähige Betriebsstruktur (Ehemalige DDR: durchschnittliche Verkaufsfläche von 67 m<sup>2</sup> gegenüber 145 m<sup>2</sup> in den Alten Ländern. Nur 0,3 % der Verkaufsstellen waren größer als 1.000 m<sup>2</sup>)<sup>2.3</sup>.
- Die Nahversorgung war von vergleichsweise hoher Qualität, insbesondere auch in ländlichen Gebieten ( 2,8 Verkaufsstellen pro 1.000 EW gegenüber 2 Verkaufsstellen pro 1.000 WE in den Alten Ländern)<sup>2.3</sup>.
- Der Einzelhandel wurde durch die volkseigenen Handelsbetriebe (HO) sowie die Konsumgenossenschaften dominiert. Der Anteil der privaten Einzelhändler war zwar von der Unternehmensanzahl nicht unbedeutend, der darüber erzielte Umsatz war aber wegen der zentral zugeteilten Waren weitaus geringer als über die HO bzw. Konsumgenossenschaften.
- Das Verkaufstellennetz der DDR war dreistufig entsprechend der Nachfrage nach den verschiedenen Warentypen in Zuordnung zu den einzelnen Siedlungskategorien aufgebaut. Vergleiche dazu **Anlage 2.1**.

Mit der Realisierung von komplex geplanten Wohnungsneubaugebieten wurden zentrale Einkaufseinrichtungen gebaut, die in ihrer Grundformation den heutigen Einkaufszentren entsprechen, bei weitem aber weniger Verkaufsflächen beinhalteten.

Der Grundgedanke, Innenstädte auch durch den Einzelhandel wieder aufzuwerten, wurde in den Thesen zur städtebaulichen Entwicklung von Stadtzentren 1988<sup>2.4</sup> auf die politische Tagesordnung gesetzt. Allzu oft scheiterte aber die Umsetzung an fehlenden staatlichen Mitteln und sogenannten Baubilanzen<sup>2.5</sup>.

Diese Mittel reichten im Normalfall für die Bezirksstädte, während in Mittel- und Kleinstädten der Verfall und die Tristesse der innerstädtischen Handelslandschaft an der Tagesordnung war. Dieser Tatbestand war bekannt, konnte aber nicht verändert werden, da wiederum die ökonomischen Voraussetzungen fehlten<sup>2.6</sup>.

---

<sup>2.3</sup> BfLR: Großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den neuen Ländern, Materialband, Berlin/Bonn, 1995, S. 4 ff. und Anlage 2.1

<sup>2.4</sup> Bauakademie der DDR: Thesen zu Tendenzen der städtebaulichen Entwicklung von Stadtzentren bis zum Jahr 2000: 6. ECE-Konferenz zur Städtebauforschung in Leipzig, September 1988

<sup>2.5</sup> Andrä, Klaus: Zur Funktionsstruktur der Stadtzentren und Möglichkeiten ihrer Objektivierung, in: Bauakademie der DDR: Bauforschung-Baupraxis Heft 208, 1987, S. 54 - 61

<sup>2.6</sup> Bock, Dieter, Ihsecke, Walter: Zu einigen ausgewählten Aspekten der bisherigen und der künftigen Entwicklung der Städte in der DDR, in: Bauakademie der DDR: Bauforschung-Baupraxis Heft 208, 1987, S. 11 - 14

### Abbildung 2.3

Handelsflächenausstattung in Thüringen 1989

Quelle: <sup>2.7</sup>

<b>ZENTRENHIERARCHIE</b>	<b>VERKAUFSFLÄCHE je Einwohner m<sup>2</sup>/EW (Ist-Stand am 31.12.1989)</b>
Oberzentrum (OZ) Erfurt	ca. 0,3
Mittelzentren (MZ)	ca. 0,4
Unterzentren (UZ) und Kleinzentren (KZ)	ca. 0,3 -0,1

### Abbildung 2.4

Zahl der Betriebe nach Eigentumsformen, Stand 1977

Quelle: <sup>2.8</sup>

<b>EIGENTUMS- FORM / BEZIRK</b>	<b>Erfurt</b>	<b>in %</b>	<b>Gera</b>	<b>in %</b>	<b>Suhl</b>	<b>in %</b>	<b>Thüringen</b>	<b>in %</b>
Sozialistischer Einzelhandel (überw. HO)	3.539	42	2.094	42	1.659	43	7.292	42
Genossenschaftlicher Handel (KONSUM)	2.237	26	1.640	33	1.333	34	5.210	30
Private Betriebe incl. Handwerk mit Einzelhandels-tätigkeit	2.711	32	1.270	25	905	23	4.886	28
<b>GESAMT</b>	<b>8.487</b>	<b>100</b>	<b>5.004</b>	<b>100</b>	<b>3.897</b>	<b>100</b>	<b>17.388</b>	<b>100</b>

<sup>2.7</sup> Thüringer Büro für Regionalplanung, Weimar: Schreiben an alle Kommunen des Landes zu: Empfehlungen bei der Einordnung von Einzelhandelsgroßobjekten, die im regionalen Raumordnungsplan Berücksichtigung finden sollten, vom 13.12.1990

<sup>2.8</sup> Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur: 1. Raumordnungsbericht 1994, S. 107

Die vorhandenen Verkaufsflächen waren in der Hauptsache in Kleinstverkaufsflächen strukturiert. Es gab nur wenige Großobjekte. Des weiteren war das Verhältnis Verkaufsraum zu Lagerraum zu Ungunsten der Verkaufsfläche ausgeprägt. Die Warendistribution war durch eine Vielzahl von Schnittstellen gekennzeichnet, wie z. B. durch unterschiedliche Lager für Waren des täglichen Bedarfs, für Haushaltschemie, für Obst, Gemüse und Konserven, für Tiefkühlkost - und alles ohne eigenen Fuhrpark, bei Auslieferung durch fremde Transportfirmen.

Diese Distributionslinie vom Erzeuger bis zum Verbraucher mußte in kürzester Zeit neu und effektiv aufgebaut werden - die vorhandenen Strukturen sollten dabei aber weitestgehend mit berücksichtigt werden.

Nach einer im Dezember 1990 angefertigten Analyse des Beratungsunternehmens GMA aus Ludwigsburg zum Handelsbesatz der Stadt Weimar wurde eingeschätzt, dass 210 Betriebe (= 47 %) mit ca. 12.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (= 38 %) und ca. 7500 m<sup>2</sup> Nebenfläche (= 42 %) in ihrer räumlichen Situation den marktwirtschaftlichen Bedingungen nicht mehr entsprachen <sup>2,9</sup>.

Zum Erfassungszeitpunkt hatte die Stadt Weimar (61.350 EW) einen Einzelhandelsbesatz von:

49.989 m <sup>2</sup>	Bruttogeschäftsfläche	=	0,80 m <sup>2</sup> Fläche je Einwohner
davon 32.370 m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche	=	0,53 m <sup>2</sup> Fläche je Einwohner
und 17.619 m <sup>2</sup>	Nebenfläche	=	0,29 m <sup>2</sup> Fläche je Einwohner

---

<sup>2,9</sup> GMA: Die Stadt Weimar (0-5300) als Standort für Einzelhandel, Gast- und Beherbergungsgewerbe sowie das konsumorientierte Dienstleistungsgewerbe, Ludwigsburg, April 1991

### 2.1.3 Aufgaben des Einzelhandels im System der Marktwirtschaft

Entgegen den Grundprinzipien einer Zentralverwaltungswirtschaft in der ehemaligen DDR beschränkt sich die staatliche Binnenhandelspolitik in der Bundesrepublik Deutschland auf das Setzen von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, innerhalb dessen die wettbewerbliche Selbststeuerung möglichst effizient ablaufen soll. Mit der Gewährleistung von Gewerbe- und Niederlassungsfreiheit im Handel wird die unternehmerische Handelstätigkeit ermöglicht. Einschränkungen erfolgen nur dann, wenn der Wettbewerb raumordnerischen bzw. stadtplanerischen Konzepten zuwiderläuft, bzw. die Handelstätigkeit wirtschaftspolitisch nicht gewünscht wird (Verbraucherschutz).

Im System der Marktwirtschaft werden folgende Aufgaben des Einzelhandels unterschieden, die von THIEL <sup>2.1</sup> beschrieben wurden und in **Abbildung 2.5** zusammengefaßt sind.

#### Abbildung 2.5

Aufgaben des Einzelhandels im System der Marktwirtschaft

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.1</sup>

<b>KONTAKT-FUNKTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittler zwischen Angebot und Nachfrage</li> <li>• Verbesserung der Markttransparenz für beide beteiligte Seiten</li> </ul>	<b>INFORMATIONEN- UND BERATUNGSFUNKTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterführende Aufgabe der Kontaktfunktion mit dem Ziel, dem Produzenten objektive Informationen des Käufers zu übermitteln</li> <li>• Optimale Anpassung des Angebotes an die Nachfrage</li> </ul>	<b>MENGEN-UMGRUPPIERUNGS-FUNKTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengenmäßiger Ausgleich zwischen Nachfrage und Angebot</li> </ul>
<b>RAUMAUSGLEICHS-FUNKTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung zwischen unterschiedlichen Standorten von Produktion und Konsumtion</li> </ul>	<b>ZEITAUSGLEICHSFUNKTION</b> <p>Überbrückung von Zeitdifferenzen zwischen Produktion und Verkauf an den Endverbraucher (etwa in Form von Vordisposition, Lagerhaltung, Kreditgewährung)</p>	

<sup>2.1</sup> Thiel, Andreas: Der Einzelhandel in Mainz und Erfurt: Eine vergleichende Untersuchung von Angebots- und Standortstrukturen unter Einsatz quantitativer Methoden, in: Erfurter Geographische Studien Heft 2/1994, Institut für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen, S. 3 - 5

### **2.1.3.1 Steuerung der Standortansiedlungen im Rahmen der Raumordnung**

Ziel der Wirtschaftspolitik sowie der Landesplanung und der Stadtentwicklung ist es, in allen Teilen der Bundesrepublik Deutschland die Voraussetzungen für gleichwertige Lebensbedingungen zu schaffen. Ziel ist es weiterhin, eine bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung zu sichern. Dazu leistet der Einzelhandel bei der Versorgung der Haushalte mit Gütern aller Bedarfsarten den entscheidenden Beitrag.

Mit der Gewährleistung einer freien Standortwahl der Handelsunternehmen als Bestandteil des marktwirtschaftlichen Wettbewerbes werden in der Regel verbrauchergerechte Angebote auch im Hinblick der räumlichen Standortverteilung erzeugt. Steuerungsmöglichkeiten der räumlichen Planung erfolgen nur durch das Setzen von Rahmenbedingungen.

Die Ziele der Raumordnung finden u. a. in der Bestimmung von zentralörtlichen Hierarchien und in Flächenfestschreibungen im Rahmen der Bauleitplanung ihren Ausdruck. Konkretisiert werden sie durch die Genehmigung von Bauvorhaben, in Infrastrukturinvestitionen (Verkehrssektor) und in der Erschließung von Bauland.

Eines der Grundprinzipien der Handelsentwicklung in den Alten Ländern war und ist die Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte.

Seit Mitte der 60er Jahre führte der hohe Motorisierungsgrad der Privathaushalte und die Entwicklung neuer Betriebsformen zur umfänglichen Warenpräsentation zu einer ungebremsten Ansiedlungswelle von Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern an nichtintegrierten Standorten in der Umgebung der Städte, die für den Individualverkehr gut erreichbar waren. Hier wurde durch die öffentliche Hand eingegriffen, um die Rahmenbedingungen zu verändern. Die Eingriffe des Staates waren notwendig, um damit das ungesteuerte Vordringen dieser großflächigen Handelsbetriebsformen auf Kosten der traditionellen mittelständischen Fachgeschäfte bzw. Warenhäuser in den Stadtzentren oder einer räumlichen Verlagerung der Nachfrage an Standorte im verdichteten Umland von Stadtregionen bzw. auf der "Grüne Wiese" künftig zu vermeiden. Die Expansion solcher Betriebe wurde erst durch eine restriktive Genehmigungspraxis auf der Grundlage des in der BauNVO von 1968 neu gefaßten § 11, Abs. 3 BauNVO gebremst. So wurde dieser § 11 mehrfach novelliert, um den wirtschaftlichen Gegebenheiten angepaßt zu werden, bzw. im Rahmen der Raumordnung wirksam zu werden. Die BauNVO von 1977 führte erstmalig eine Größenbegrenzung ein. Erfaßt wurde der großflächige Einzelhandel, soweit er sich auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die Stadtentwicklung negativ auswirken konnte. Diese Vermutungsregelung wurde durch den Gesetzgeber bei einer Geschoßfläche von 1.500 m<sup>2</sup> gesehen. 1986 wurde dieser Wert auf 1.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche herabgesetzt, was einer Verkaufsfläche von 700 m<sup>2</sup> entspricht.

Diese Entwicklung am Standrand und auf der "Grünen Wiese" hat im Ergebnis zwar zu einer Schwächung der Innenstädte geführt, die Leitfunktion des Einzelhandels für die Innenstädte wurde dabei aber nicht grundsätzlich in Frage gestellt.



### 2.1.4 Netzstruktur

Im Einzelhandel haben sich 4 Handelsnetze auf Grund der unterschiedlichen Distributionswege herausgebildet.

#### Abbildung 2.6

Die Netze des Einzelhandels

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2,10</sup>

INNERÖRT- LICHES ZENTREN- UND STREULAGEN- NETZ	AUSSERÖRT- LICHES ZENTREN- UND STREULAGEN- NETZ	VERSAND- UND DIREKTVER- TRIEBS- NETZ	AUTOMO- BIL- UND TANK- STELLEN- NETZ
<p>klassisches <b>primäres</b> Ladeneinzelhandelsnetz</p> <p>in Innenstädten und Wohnsiedlungen - ergänzt um innenstadtorientierte Shopping-Center</p>	<p>neues <b>sekundäres</b> Ladeneinzelhandelsnetz</p> <p>an autokundenorientierten Standorten am Rande oder außerhalb von Siedlungsgebieten, wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbrauchermärkte</li> <li>• SB -Warenhäuser</li> <li>• Fachmärkte sowie</li> <li>• geplante Einkaufszentren am Stadtrand und an nichtintegrierten Standorten</li> </ul>	<p>das <b>tertiäre</b> Netz des Versandhandels und des Direktvertriebs sowie alle sonstigen Formen des Hausverkaufes und des Haus-services, z.B. Heizungs- und Alarmanlagen-service, einschließlich der Nutzung von elektronischen Medien zur Abwicklung von Handelsgeschäften (<b>E-Commerce</b>)</p>	<p>das <b>quartäre</b> Netz des Automobilhandels und der Kfz-Werkstätten sowie des Energiehandels</p>

In allen stationären Netzen haben neben dem Einzelhandel Ladenhandwerks- und Dienstleistungs- sowie Gastronomiebetriebe ihren Standort. Die Einzelhandels-ladenflächen wuchsen in Westdeutschland von 1960 bis 1990 von 23 Mio. m<sup>2</sup> (1960) auf 71 Mio. m<sup>2</sup> (1990) <sup>2,10</sup>.

Standortverfügbarkeit, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Veränderungen in der Flächenproduktivität bestimmen die bisherige und künftige Einzelhandelsentwicklung und damit die Netzstruktur.

<sup>2,10</sup> Tietz, Bruno: Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt am Main, 1992, S. 509 ff.

## **2.2. Entwicklung des Handels in Thüringen von 1989 bis 1999**

### **2.2.1 Aufgaben des Handels nach der Wiedervereinigung Deutschlands, Standort-, Flächen- und Unternehmensstrukturentwicklung, Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses**

Mit der Wiedervereinigung wurde ein besonders ungebremster Entwicklungsdruck im Handelsbereich erzeugt. Die jahrzehntelang vorhandene Unterversorgung der Bevölkerung und die noch vor der Deutschen Einheit erfolgte Wirtschafts- und Währungsunion verschaffte der Bevölkerung ein sofortiges Kaufkraftpotential und führte zu einer übersteigerten Nachfrage, dem das bestehende Einzelhandelsnetz qualitativ und quantitativ nicht gewachsen war<sup>2.11</sup>.

Diese sektoralen als auch räumlichen Verkaufsflächendefizite mußten abgebaut werden. Die Eigentumsstrukturen waren auf marktwirtschaftliche Erfordernisse umzustellen, die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe mußte umgehend hergestellt werden. Der Einzelhandel hatte nunmehr gänzlich andere Aufgaben zu erfüllen.

Der Verfasser war als verantwortlicher Referent und späterer Geschäftsführer für den Bereich Handel, Verkehr und Raumordnung in der IHK Erfurt im Zeitraum von 1991 bis 1995 - zuständig für das Territorium Nord- und Mittelthüringen - in diesen Umstrukturierungsprozeß unmittelbar einbezogen. Aus diesen Erfahrungen heraus konnte er folgende einzelne Entwicklungsetappen spezifizieren.

#### **2.2.1.1 Erste Etappe von 1989 -1991**

##### **2.2.1.1.1 Standort- und Flächenentwicklung**

Mit der Öffnung der innerdeutschen Grenze im Herbst 1989 konnte die ostdeutsche Bevölkerung das gesamte westdeutsche Warenangebot in Augenschein nehmen. Damit wurde sofort eine Kauflust geweckt. Mit dem Zahlungsmittel DDR-Mark waren diese Produkte aber nicht käuflich. Deshalb etablierten sich erfolgreich für einen kurzen Zeitraum von einem halben Jahr fliegende Händler bzw. wurden Läden zum Verkauf westdeutscher Produkte für DDR-Mark umfunktioniert. Die übersteigerte Nachfrage regelte anfangs den Preis (Die Relationen lagen im Verhältnis 1 DM zu 3 bis 10 Ostmark).

---

<sup>2.11</sup> Huck, Christian: Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen, in: Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 "Transformationsprobleme - lösbar?" - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

In der Übergangsphase setzte ein starker **Einkaufstourismus** ein, unter dem sowohl die Grenzgemeinden in der ehemaligen DDR als auch die Anwohner der ehemaligen Grenzbereiche in den Alten Bundesländern leiden mußten, den dortigen Handelsunternehmen insbesondere in den Innenstädten aber bedeutende Umsätze brachten. Der Besuch von Handelsstandorten auf der "Grünen Wiese" in den Alten Ländern war für die ehemaligen DDR-Bürger ein besonderes Einkaufserlebnis, weil dieser Handelsbetriebstyp vorher gänzlich unbekannt war.

Mit der Einführung der D-Mark zum 01.07.1990 stand plötzlich geballte Kaufkraft unterentwickelten Verkaufsflächen gegenüber. Auf Grund der Netzstruktur des Handels in der ehemaligen DDR (unterentwickeltes primäres Netz ohne sekundäre Netzabrundungen) und daraus resultierender begrenzter Verkaufsflächengröße mußten wegen der starken Käufernachfrage Verkaufsflächen kurzfristig neu geschaffen werden.

**Provisorien** wurden insbesondere in früher landwirtschaftlich genutzten Ställen, in Gaststätten, in Industriehallen, als auch in fliegenden Zeltbauten gesucht und gefunden, die standortseitig alle randstädtisch orientiert waren. Deren Erreichbarkeit war nur mit dem PKW gegeben - verkehrschaotische Zustände wurden zu einer Dauererscheinung.

Zum Beispiel entstand um die Stadt Weimar, bzw. in einem ihrer Nachbarorte ein Gürtel von Provisorien. Dazu gehörten:

- **Weimar - Humboldtstr.:** Nachnutzung von landwirtschaftlich genutzten Lagerhallen für  
Lebensmittel (Lidl) 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche  
Baumarkt (Max Bahr) 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche  
Schuhverkauf (RENO) 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- **Weimar - Belvederer Allee:** Nachnutzung einer Lagerhalle für  
Lebensmittel (PLUS) 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- **Weimar - Schlachthof:** Nachnutzung von Lagerhallen für  
Lebensmittel, Haushaltswaren (EDEKA) 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- **Süßenborn:** Fliegender Bau mit SB-Markt  
Lebensmittel, Haushaltswaren (Allkauf) 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Diese Provisorien bzw. weitere Standorte im **engeren Umfeld der Stadt Weimar** wollten die Investoren mit Unterstützung der jeweiligen Gemeinde langfristig baurechtlich sichern.

Zu diesen Standorten nahm die Staatliche Umweltinspektion Erfurt, Abt. Regionalplanung, Naturschutz und Abfallwirtschaft am 27.05.1991 im Ergebnis einer Anhörung unter Teilnahme des Verfassers wie folgt Stellung, zusammengefaßt in **Abbildung 2.7**:

### Abbildung 2.7

Planungen zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Umfeld von Weimar, 1991

Quelle: Eigene Ermittlungen

STANDORT Einwohnerz. 31.12.1992	INVESTOR	STAND- ORT- LAGE	VORHABEN / VER- KAUFSFLÄCHEN- ANGABEN	LANDESPLANNERISCHE BEURTEILUNG
Gelmeroda 388 Einwohner	J. Feldmann Wohnungs- und Gewerbebau, Arnsberg	Südlicher Ortsrand- bereich	SB-Warenhaus <b>6.000 m<sup>2</sup></b> Fachmärkte(Bekleidung, Schuhe, Küchen, Sport) mit insgesamt <b>10.255 m<sup>2</sup></b> Bau/Garten <b>6.350 m<sup>2</sup></b>	Den Erfordernissen der Landesplanung entspricht SB-Warenhs. max. <b>4.000 m<sup>2</sup></b> (davon Begrenzung des Lebensmittelbereiches auf <b>2.800 m<sup>2</sup></b> ) Keine Zustimmung für Fachmärkte mit Innenstadtrelevanz
Legefeld 795 Einwohner	Trade Design Gesellsch. f. moderne Einkaufsstät- ten, München	Nörd- licher Außen- bereich des Ortes	SB-Warenhaus <b>7.400 m<sup>2</sup></b> Fachmärkte (Drogerie, Unterhaltungselektronik) <b>3.400 m<sup>2</sup></b> Bau/Garten <b>4.000 m<sup>2</sup></b>	<b>Ablehnung:</b> Standort entspricht nicht den Erfordernissen der Raum- ordnung - lediglich Orientierung an der Versor- gungsfunktion der Standort- gemeinde
Ulla 183 Einwohner	Gemini-Area- Gruppe, Hennef- Allner	Südlich der Gemeinde an der B 7	SB-Warenhaus <b>16.000 m<sup>2</sup></b> Fachmärkte (Elektro, Textil) <b>5.500 m<sup>2</sup></b> Bau/Garten <b>10.000 m<sup>2</sup></b> Möbelmarkt <b>8.000 m<sup>2</sup></b>	<b>Ablehnung:</b> Keine Standorteignung für großflächigen Einzelhandel
Süßenborn 255 Einwohner		Südlich der Gemeinde an der B 7	SB-Warenhaus <b>5.300 m<sup>2</sup></b> Baumarkt <b>5.000 m<sup>2</sup></b> Möbelmarkt <b>5.500 m<sup>2</sup></b> Sonstige <b>1.200 m<sup>2</sup></b>	<b>Ablehnung:</b> Nach Auslaufen der befristeten Standort- zustimmung des Handels- provisoriums und gleich- zeitigem Aufbau von verbrauchernahen Handels- einrichtungen in Weimar
Ottstedt (bei Magdala) 129 Einwohner			Gesamtverkaufsfläche <b>60.000 m<sup>2</sup></b>	<b>Ablehnung:</b> Standort entspricht nicht den Erforder- nissen der Raumordnung

Obwohl der Standort **Süßenborn** abgelehnt wurde, erhielt er nach einer internen Festlegung am 14.10.1991 zwischen Umweltminister, Oberbürgermeister der Stadt Weimar, dem Landrat des Landkreises Weimar Land und dem Abt.-Ltr. Raumordnung im Umwelt- und Landesplanungsministerium im Rahmen der landesplanerischen Beurteilung vom 25.02.1992 die Befürwortung für die Nutzung als SB-Warenhaus (5.300 m<sup>2</sup>), Möbelmarkt (5.500 m<sup>2</sup>) und Sporthandel (600 m<sup>2</sup>). Die Einordnung eines Bau- und Gartenmarktes wurde nicht genehmigt.

Während in diesem Verfahren der Verfasser in seiner Stellungnahme für die IHK diesen Standort lediglich bei Verkaufsflächen mit Nichttinnenstadtrelevanz für raumverträglich hielt, gleiche Auffassungen wurden vom Verband Thüringer Kaufleute, dem Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Technik und dem Landratsamt Apolda vertreten, bestätigte der Magistrat der Stadt Weimar den Einzelhandelsstandort voll inhaltlich.

Wegen des Versagens der landesplanerischen Befürwortung als Voraussetzung für die baurechtliche Sicherstellung für den Baumarkt erfolgte am 13.03.1992 eine neuerliche Runde beim Umwelt- und Landesplanungsminister unter Teilnahme von Landrat und Abt.-Ltr. Raumordnung mit dem Ergebnis der Zusage für den Baumarkt mit 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ohne Gartenmarkt.

Die Abstimmungsrunden beim Umweltminister sorgten auch für die Festlegung der Sondergebietsflächen im Gebiet **Legefeld**. Auch dieser Handelsstandort wurde durch die IHK und andere abgelehnt - von der Stadt Weimar als Möbelstandort mit 19.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche allerdings ebenfalls befürwortet.

Die letzte landesplanerische Beurteilung zu Legefeld, datiert vom 03.07.1995, befürwortet an diesem Standort 13.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für ein Möbelhaus.

Während in **Süßenborn** ein Einkaufszentrum mit Lebensmittler, Baumarkt und Möbelmarkt realisiert wurde, in der **Humboldtstr.** nach mehrmaligen kontroversen Diskussionen im Stadtparlament zur grundsätzlichen Standortverlagerung der Lebensmittelmarkt endlich Ende 1999 als Neubau marktwirksam wurde, ist das aufgeführten Provisorium in der **Belvederer Allee** als solches immer noch im Handelsnetz.

Im Gewerbegebiet **Legefeld** ist bis zum heutige Zeitpunkt das Sondergebiet Handel eine Brache geblieben.

Besonders geschickt wurden die Ansiedlungsbegehren für großflächigen Einzelhandel mit der Kombination von Gewerbegebieten gekoppelt, um den Kommunen den politisch verordneten wirtschaftlichen Aufschwung zu vermitteln.

Das Gewerbegebiet **Egstedt** bei Erfurt (siehe **Anlagen 2.2** und **2.3**) ist Beispiel für eine mißglückte Aktion dieser Art.

Die Ansiedlung in **Hötzelsroda** bei Eisenach ist dagegen eine **”gelungene Fehlansiedlung”**. Bewußt wurde dabei die großflächige Handelsansiedlung baurechtlich als Gewerbe- und Industriegebiet deklariert.

Bereits am 28.11.1990 forderte die Gemeinde **Hötzelsroda** im Rahmen eines Raumordnungsverfahrens zur Stellungnahme für ein Industrie- und Gewerbegebiet auf. Planverfasser war die Firma ITG mit Sitz in Düsseldorf.

Auf insgesamt 117.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche sollten auf 50.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche ca. 35.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche realisiert werden:

SB-Warenhaus	12.500 m <sup>2</sup>
Möbelhaus	9.000 m <sup>2</sup>
15 Großläden (200 - 400m <sup>2</sup> Nutzfläche)	4.350 m <sup>2</sup>
42 Kleinläden	3.970 m <sup>2</sup>
Textilhaus	3.000 m <sup>2</sup>
Technik/Media-Markt	2.000 m <sup>2</sup>

Die Stadt Eisenach als Hauptbetroffene ließ 1991 ein Handelsgutachten durch das Beratungsunternehmen BBE Bayern erstellen, in dem auf die negativen Auswirkungen des Standortes Hötzelsroda auf die innerstädtische Handelsentwicklung eindeutig hingewiesen wurde.

Daraus resultierend empfahl die Obere Landesplanungsbehörde am 26.02.1992, den SB-Markt auf 1.500 m<sup>2</sup> (zuzüglich Getränkemarkt mit 300 m<sup>2</sup>) zu begrenzen.

Auf Druck der Gemeinde und des Landratsamtes wurde das SB-Warenhaus auf 3.500 m<sup>2</sup> erhöht, die Baumarktfäche mit 5.000 m<sup>2</sup> festgeschrieben.

Befürwortet wurde endgültig durch die Raumordnungsbehörde am 08.07.1992 eine Gesamtflächengröße von 22.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon folgende Flächen mit

Innenstadtrelevanz:

Lebensmittelmarkt	3.500 m <sup>2</sup>
Non Food-Bereich	5.800 m <sup>2</sup>

Mit Nichtinnenstadtrelvanz:

Möbel/Baumarkt	13.000 m <sup>2</sup>
----------------	-----------------------

Im Rahmen der Nachbarschaftsbeteiligung im Raumordnungsverfahren hat es die Stadt Eisenach nicht verstanden, diese Entwicklung zu unterbinden.

Trotz mehrfacher Aufforderungen durch die IHK Erfurt und den Verband Thüringer Kaufleute konnte sie sich nicht zu einem Normenkontrollverfahren gegenüber der Umlandgemeinde durchringen.

Inzwischen ist Hötzelsroda zur Stadt Eisenach eingemeindet worden. Die bisher bei der Umlandgemeinde liegenden Handelsprobleme gingen nunmehr fließend auf Eisenach über.

Der Standort PEP Hötzelsroda hat nach Ermittlungen der IHK Erfurt von 1997 25.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon

SB-Warenhaus	3.500 m <sup>2</sup>
Baumarkt	7.800 m <sup>2</sup>
Möbelmarkt Opti-Wohnwelt/Hammer	8.800 m <sup>2</sup>
Non Food-Bereich	5.500 m <sup>2</sup>

Zur Sicherung des Bauplanungsrechts für periphere Standorte wurde versucht, die noch fehlende Sach- und Fachpraxis der Genehmigungsbehörden auszunutzen. Besonders im unmittelbaren Umfeld der Oberzentren, z. B. um Erfurt (siehe **Anlage 2.4**) sollten auf preiswerten Flächen der Umlandgemeinden und mit deren Zustimmung großflächiger Einzelhandel realisiert werden.

#### **2.2.1.1.2 Unternehmensstrukturentwicklung**

Am 17.07.1990 wurde das **Gesetz und die Verordnung zur Entflechtung des Handels in den Kommunen** durch die Volkskammer der DDR in Kraft gesetzt. Kernpunkt des Entflechtungsangebotes für die Handelsorganisationen (VE [volkseigene] Handelsorganisation HO, Konsumgenossenschaften, VE Großhandelsgesellschaften) war es, volkseigene Geschäfts- und Vermögensanteile durch die Treuhand AG über Ausschreibungen der Landratsämter bzw. Stadtverwaltungen zu verkaufen. Es war besonders darauf zu achten, dass keine Unternehmen entstehen würden, die 25 % Marktanteil am Gesamtumsatz der jeweiligen Warenhauptgruppe auf den regionalen Märkten halten konnten. Als regionale Märkte wurden die Kreise bzw. Städte angesehen, die Warenhauptgruppen wurden differenziert nach Nahrungs- und Genußmittel, Schuhe und Lederwaren, Textilien und Bekleidung, Industriewaren (u. a. Haushaltswaren, Möbel, Rundfunk- und Fernsehgeräte).

Anfang 1990 waren noch über 90 % des Handels fest im Griff der volkseigenen Betriebe, der staatlichen Handelsorganisation HO oder des genossenschaftlichen KONSUM.

**Innerhalb nur eines Jahres vollzog sich der Übergang von einem planwirtschaftlichen zu einem marktwirtschaftlichen Distributionssystem.**

Die Handelsprivatisierung verlief in 3 Phasen:

##### **1. Umwandlung der volkseigenen Handelsunternehmen in private Gesellschaftsformen**

Zum 01. Juli 1990 mit Beginn der Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR wurde die DDR-Volkswirtschaft per Gesetz formell in private Rechtsformen überführt. Die volkseigenen Betriebe wurden in private Gesellschaftsformen (GmbH) umgewandelt, wobei der Staat regelmäßig alle Geschäftsanteile behielt. An den Grundstrukturen des Handels änderte das wenig. Die Verkaufsstellen des KONSUM mit ca. 30 % Marktanteil, als genossenschaftlichem Verband, der privates und kein volkseigenes Vermögen verwaltet, standen nicht zur Disposition.

##### **2. Einstieg westdeutscher Handelsgroßunternehmen**

Um leichter westliches Know-how, westliche Ware und auch Kapital zu erlangen, gestattete die DDR-Regierung danach Gemeinschaftsunternehmen mit Westpartnern. Große westdeutsche Handelsfilialisten stiegen hier sofort ein und sicherten sich oft genug die "Filetstücke" aus dem HO-Verbund. Insbesondere die in den Plattenbausiedlungen bestehenden großflächigen Handelseinrichtungen wurden so in große Lebensmittelketten filialisiert. Einerseits führte diese Entwicklung zu einer qualitativ besseren Versorgung der Bevölkerung, andererseits wurden negative gesellschafts- und strukturpolitische Auswirkungen ausgelöst. Leitende Mitarbeiter der HO-Läden wechselten dadurch nahtlos in die Privatwirtschaft über,

**alte Monopolstrukturen im Handel wurden durch neue ersetzt.**

Noch im Oktober 1990 wurde die GPH - Gesellschaft zur Privatisierung des Handels mbH - als Tochtergesellschaft der Treuhandanstalt gegründet, um die Privatisierung des Handels schneller und wirksamer abzuwickeln.

Der Auftrag der Treuhandanstalt an die GPH umfaßte die Veräußerung sämtlicher Groß- und Einzelhandelsunternehmen, Betriebe und Vermögensgegenstände, die aus den Einrichtungen des volkseigenen Handels der ehemaligen DDR hervorgegangen waren und im Eigentum der Treuhand standen.

Wegen vielfältiger Joint-Venture-Verträge und sonstiger Vereinbarungen im Bereich des Handels vor dem 03.10.1990, die vielfach rechtliche Bedenken ausgelöst hatten und zum Teil auf heftige Kritik stießen, sollte die GPH diese Vorgänge gesondert prüfen <sup>2.12</sup>.

### **3. Ausverkauf der Ladenlokale durch die Treuhand**

Als operative Institution wurde die Treuhandanstalt und die Treuhandaktiengesellschaften mit dem Ziel gebildet, die Strukturanpassungen und Regruppierungen, wie auch Privatisierungen ggf. auch die Stilllegung der ehemaligen volkseigenen Betriebe durchzuführen.

In Anbetracht der Ausstattung von nur 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner und der bereits erfolgten Filialisierungen hatten diese Privatisierungen keinen entscheidenden Einfluß mehr auf die sich stürmisch entwickelnde Handelsstruktur.

Da in besonders lukrativen Lagen die westdeutschen Unternehmen bereits den Zuschlag erhalten hatten, war nunmehr nur noch ein kleiner Rest als Verteilmasse übrig. Dafür gab es trotzdem große Nachfrage, insbesondere aus dem verbliebenen einheimischen Mittelstand, da verfügbare Ladenräume zu diesem Zeitpunkt immer noch rar waren.

Bei Privatisierung dieser Ladenräume mußte sich der Bewerber in Übernahmeverträgen verpflichten, das Personal weiter zu beschäftigen. Für die großen Filialisten war das eher zu verkraften als für kleine und mittlere Betriebe, da der Personalbestand der früheren HO-Unternehmen sehr hoch war (auf 60 m<sup>2</sup> Ladenfläche lag der Arbeitskräftebesatz in Westdeutschland bei 1 Angestellten neben dem Geschäftsinhaber - im Osten bei bis zu 5 Angestellten). Darüber hinaus mußten sowohl die alten Warenbestände zum Einkaufspreis als auch die mitunter schrottreifen Einrichtungen übernommen werden.

Damit konnten keine auf Dauer wirtschaftlich tragfähigen Strukturen im mittelständischen Einzelhandel entwickelt werden. So wurden zwar bei der Vergabe sogenannte Treuhandbeiräte eingesetzt, aber immer wieder kam es bei den Landratsämtern bzw. Stadtverwaltungen zu Unregelmäßigkeiten. Signifikant ist hier ein Ausspruch des damaligen Vorsitzenden des Verbandes Thüringer Kaufleute, Herrn Rolf Lehmann:

*"Die Revolution hat sich nicht gelohnt, wenn wir die sozialistischen Monopolisten nur gegen kapitalistische eintauschen "*. <sup>2.13</sup>

---

<sup>2.12</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1990, S. 62 ff.: Bleiben wettbewerbspolitische Effekte auf der Strecke? - Entflechtung im Handel - Prozeß mit vielen Hindernissen

<sup>2.13</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1990, S. 29: Entflechtung nicht korrekt



Im Heft 4 von 1991 titelte die IHK einen Beitrag mit der Überschrift: "Nordhessens Industrie und Großhandel haben in Thüringen gut Fuß gefaßt".<sup>2.14</sup>

Beklagt wurde vielfach, daß die Kommunen über keinerlei Handelsstrukturkonzepte verfügten - dieses Planungsinstrumentarium aber eine wichtige Voraussetzung für die Entflechtung gewesen wäre.

**So war der Handel der einzige Wirtschaftszweig der keine Subventionen, wohl aber einen marktwirtschaftlichen Rahmen zu seiner gesunden Strukturentwicklung benötigt hätte.**

Diese günstigen Voraussetzungen wurden nicht genutzt. Es fehlten die Konzepte und die sogenannten Umsetzer. So war es viel einfacher, die in Westdeutschland vorgelebten Strukturen zu kopieren, nämlich die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels. Weitere Hemmnisse waren die erheblichen Mietsteigerungen. Insbesondere auch die kommunalen Vermieter gingen in ihrer Mietpreispolitik zum Teil drastischer vor als private Eigentümer. In mehreren Artikeln in der IHK-Wirtschaftsinformation Erfurt wurden diese Zustände öffentlich beklagt.<sup>2.15</sup>

Von den ursprünglich 650 Objekten der Erfurter Treuhand wurden bis Mitte 1992 400 Läden privatisiert.<sup>2.16</sup>

Es gelang nicht, die verbliebenen mittelständischen Betriebe und Existenzgründer aus der ehemaligen DDR stärker einzubinden. Statt einer angemessenen Beteiligung mittelständischer Unternehmer brachte die Neuordnung besonders im Lebensmittelhandel nur monopolartige Strukturen. Diese Entwicklung wurde 1991 von dem Präsidenten der IHK Potsdam, selber Einzelhändler, mit folgenden Worten eingeschätzt:

*"Die Mittelstandsförderung erstickt unter diesen Umständen im Keim. Die meisten Geschäftsleute sind jetzt schon tot."*<sup>2.17</sup>

Trotzdem ist der Handelsbereich der Wirtschaftszweig in Thüringen mit dem höchsten Anteil an Gewerbean- aber auch Abmeldungen. Nach der Boomzeit bis 1992 hat eine merkliche Konsolidierung eingesetzt. Gegenüber der Gesamtentwicklung ist der Handel noch vor den Dienstleistungsbereichen der gründerfreundlichste Wirtschaftszweig (siehe **Abbildungen 2.28** und **2.29**).

---

<sup>2.14</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1991, S. 12 ff.: Nordhessens Industrie und Großhandel haben in Thüringen gut Fuß gefaßt

<sup>2.15</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 3/1990, S. 15:  
Offener Brief an die Stadtverwaltung Erfurt: Macht der KOWO-Geschäftsführer seine Mietpreise selbst?

<sup>2.16</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 10/1992, S. 53:  
Thüringer Einzelhandel hat eine Chance....

<sup>2.17</sup> Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1991, S. 23: Mittelstand auf der Ersatzbank

### 2.2.1.1.3 Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene

#### • Bundesebene

Am 5. Januar 1990 wurde im Ergebnis des Gespräches von Bundesbauministerin Hasselfeldt und DDR-Bauminister Prof. Dr. Baumgärtel eine **Vereinbarung über die Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Städtebaues** zwischen dem Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau und dem DDR-Ministerium für Bauwesen, Städtebau und Wohnungswirtschaft zu Modellmaßnahmen der städtebaulichen Erneuerung in den Neuen Ländern getroffen.

Die DDR-Kreisstädte Meißen, Weimar, Brandenburg und Stralsund wurden in Aussicht genommen. Endgültig ausgewählt wurden dann Stralsund, Brandenburg, Halberstadt, Meißen und Weimar.

Daß Weimar in den Genuß dieser Modellstadtförderung kam, war der Tatsache geschuldet, dass der Bauminister der DDR, Prof. Baumgärtel, vor seiner Ernennung zum Minister, CDU-Oberbürgermeister der Stadt Weimar war. Aufgrund dieser Ausgangsposition wurde im April 1991 zur Handels- und Dienstleistungsentwicklung eine "Städtebaulich und ökonomisch orientierte Strukturuntersuchung im Auftrag der Stadt Weimar als Modellsanierungsvorhaben des Bundesministeriums für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau" durch die GMA vorgelegt<sup>2.9</sup>.

Der Kreis der städtebaulichen Modellvorhaben wurde 1991 im Rahmen des Gemeinschaftswerkes Aufschwung Ost durch folgende Städte und Gemeinden aus Thüringen erweitert: Mühlhausen, Mühlberg und Jena<sup>2.8</sup>.

Im Rahmen der **Städtebauförderung** wurden bereits im Frühjahr 1990 Mittel für die Stadtsanierung bereitgestellt. In Form von Sonderhilfen einzelner Bundesländer wurden zum Beispiel 1990 in der Landeshauptstadt Erfurt Dächer von gefährdeten Altstadt Häusern, ungeachtet der Eigentumsverhältnisse, neu eingedeckt.

Mit Mitteln des Bundesministeriums Wirtschaft wurden ab 1991 **Regionale Entwicklungskonzepte** gefördert. Diese Ergebnisse sollten den regionalen Gebietskörperschaften, als auch dem Land helfen, die richtigen Entscheidungen beim wirtschaftlichen Aufbau zu treffen.

---

<sup>2.9</sup> GMA: Die Stadt Weimar (0-5300) als Standort für Einzelhandel, Gast- und Beherbergungsgewerbe sowie das konsumorientierte Dienstleistungsgewerbe, Ludwigsburg, April 1991

<sup>2.8</sup> Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur: 1. Raumordnungsbericht 1994, S. 127 ff.

Für das Gebiet des ehemaligen Bezirkes Erfurt arbeiteten z.B. Arthur D. Little, Berlin an strategischen Zielen, Konzeptionen und Maßnahmen für die Neustrukturierung der Wirtschaftsregion "Thüringer Pforte" - gemeint sind die ehemaligen Kreise Eisenach, Gotha und Bad Langensalza oder die HLT, Gesellschaft für Forschung, Planung Entwicklung mbH Wiesbaden, am Regionalen Entwicklungskonzept Zentralthüringen (ehemalige Landkreise Weimar, Apolda, Sömmerda, Stadtkreis Weimar) als auch die Beratungsfirma Dr. Fried & Partner am Konzept Ilmkreis (Landkreise Arnstadt und Ilmenau). Für die Landeshauptstadt Erfurt einschließlich des Landkreises Erfurt-Land wurde anfänglich die HLT beauftragt. Nach nochmaliger Ausschreibung und Präsentation eingeladenen Unternehmen auch unter Teilnahme des Verfassers wurde die HBS Consulting Partners, München beauftragt.

Diese Konzepte sollten in erster Linie aufzeigen, wie die wirtschaftliche Entwicklung voran zubringen ist. Vordergründig wurden die wirtschaftlichen Standortbedingungen untersucht und insbesondere die Gewerbegebietsentwicklung propagiert. Demzufolge waren die Ergebnisse unterschiedlichster Qualität und zum Teil nicht verwendbar.

Zur **Handelsstrukturentwicklung** fanden sich lediglich in den Konzepten der HLT als auch in den speziellen Untersuchungen der HBS Consulting Partners zum Erfurter Einzelhandel unter Beachtung des großflächigen Einzelhandelsstandortes Egstedt (siehe auch **Anlage 2.2** und **2.3**) Anregungen, wie bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu verfahren ist <sup>2.18</sup>.

Die Bundesregierung hat in dieser Phase **nur** auf Empfehlungen und Hinweise <sup>2.19</sup> und auf die Hilfe der in die Neuen Bundesländer entsandten Beamten und Aufbauhelfer gesetzt.

Der Einsatz dieser Aufbauhelfer in Thüringen richtete sich nach den aktuellen Wahlergebnissen in den umliegenden Altländern Hessen, Rheinland-Pfalz und Bayern und dem damit dort frei werdenden Beamtenpotential. Deren Wirksamkeit war jeweils sehr unterschiedlich und letztendlich vielfach nur Stückwerk.

Bereits sehr frühzeitig wurde durch Fachleute wie die ECE oder Brockhoff & Zadelhoff vor einer Inflation von Einkaufszentren in Ostdeutschland gewarnt <sup>2.20</sup>.

Trotzdem wurde die eingeschlagene Entwicklung der Etablierung großflächigen Einzelhandels weiter forciert.

---

<sup>2.18</sup> HLT-Report Nr. 360: Regionales Entwicklungskonzept Zentralthüringen - Anlagenband S. 71 - 75; bzw. HBS Consulting Partners: Wirtschaftsentwicklung Erfurt Stadt und Land, Einzelhandelsuntersuchung Band VIII, Erfurt 1992

<sup>2.19</sup> Bundesminister für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau: Hinweise zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben nach dem Baugesetzbuch und der Baunutzungsverordnung, Berlin im Januar 1991, S. 15

<sup>2.20</sup> FAZ vom 17.05.1991, S. 41: In Ostdeutschland droht eine Inflation von Einkaufszentren

Für die **neu gegründeten Handelsunternehmen** wurden vom Bund zur Erleichterung und Beschleunigung der wirtschaftlichen Anpassung ein Bündel Förderungsmaßnahmen, wie z. B.

- Befristete Sonderabschreibungen in Höhe von 50 % für Betriebsgebäude und Ausrüstungsinvestitionen
- Verzicht auf die Erhebung der Gewerbekapital- und Vermögenssteuer und Einführung eines Staffeltarifs für mittelständische Personenunternehmen bei der Gewerbeertragssteuer
- Im Rahmen der Investitionsförderung Gewährung einer Investitionszulage von 12 % (bis Ende 1991) und danach 8 %
- Förderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" (GA)
- Förderung der Unternehmensberatung sowie von Schulungs- und Informationsveranstaltungen zur Qualifikationsverbesserung der Einzelhandelskaufleute
- Darlehen im Rahmen des Eigenkapitalhilfeprogramms bzw. aus dem ERP-Existenzgründungsprogramm

aufgelegt, die kurzfristig betriebliche Investitionen in den neuen Ländern ermöglichen sollten. Diese Angebote wurden in erster Linie von Unternehmen aus den Alten Bundesländern genutzt, die damit im Handelsbereich ihre Dominanz sichern und ausbauen konnten.

Die sich abzeichnende Entwicklung eines Überbesatzes an Handelsflächen an nichtintegrierten Standorten wurde dennoch billigend in Kauf genommen, weil

- die kurzfristige Mobilisierung von Gewerbeflächen wegen Verfügbarkeit und Preis nur in Randlagen sofort möglich war
- zuallererst die Notwendigkeit der Grundversorgung gesehen wurde
- der nach der Grenzöffnung einsetzende Einkaufstourismus nach Westdeutschland wegen der erheblichen Verkehrsbelastungen minimiert werden mußte
- ein Eingriff in die kommunalen bzw. Landeshoheiten nicht gewollt war - andererseits sogenannte Aufbauhelfer aus Verwaltungsbereichen der Alten Bundesländer in den Neuen Ländern für die Einhaltung bzw. den Aufbau der staatlichen Ordnung Sorge tragen sollten.

## • Landesebene Land Thüringen

### • Legislative

Vom Ministerrat der DDR wurde am 20.06.1990 die **”Verordnung zur Sicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung und der Investitionen in den Gemeinden (Bauplanungs- und Zulassungsverordnung - BauZVO)”** beschlossen. Damit sollte ein rechtlicher Rahmen für die bislang nicht vorhandene Bauleitplanung geschaffen werden <sup>2.21</sup>.

Mit Beginn der Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der Bundesrepublik und der DDR zum 01. Juli 1990 wurde weitestgehend das Baurecht der früheren Bundesrepublik in der Fassung von 1990 in Form der **Bauplanungs- und Zulassungsverordnung (BauZVO)** für das Gebiet der ehemaligen DDR rechtsgültig.

Damit stand als Instrument zur Durchsetzung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung das Baugesetzbuch als auch die Baunutzungsverordnung zur Anwendung bereit.

Speziell für die Einzelstandortbewertung des großflächigen Einzelhandels war nach Baunutzungsverordnung BauNVO § 11, Absatz 3 anzuwenden. Darin wird die Regionalverträglichkeit geklärt und der Träger der Planungshoheit aufgefordert, die vermuteten Auswirkungen auf

- die Umwelt
- die infrastrukturelle Ausstattung
- den Verkehr
- die Versorgung der Bevölkerung
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden
- das Orts- und Landschaftsbild und den
- Naturhaushalt

zu untersuchen und zu bewerten.

Ab einer Verkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup> ist eine Raumverträglichkeitsprüfung gefordert. Des weiteren sind nach BauGB und BauNVO Handelsflächen ab dieser Größe in Kerngebieten bzw. Sondergebieten zulässig.

**Die Planungs- und Prüfungsinstrumentarien waren damit vorgegeben, allein deren Anwendung gestaltete sich in der Anfangszeit als besonders schwierig.**

---

<sup>2.21</sup> Grusser, Gerald: Städtebaurecht beendet Wildwuchs, in: Wirtschaftsinformation der IHK Erfurt, Heft 4/1990, S. 17

Als erstes der Neuen Bundesländer erließ Thüringen sein **Thüringer Landesplanungsgesetz (ThLPIG)** vom 17. Juli 1991.

Die grundsätzlichen Bestimmungen wurden aus dem Raumordnungsgesetz des Bundes übernommen. Darüber hinaus wurden folgende Grundsätze rechtsverbindlich, die insbesondere die wirtschaftliche Entwicklung beeinflussen sollen:

- Schaffung von erforderlichen Arbeits- und Ausbildungsplätzen in allen Teilräumen des Landes, Ausbau der Infrastruktur und Gestaltung der Umweltbedingungen zur Herstellung gleichwertiger Lebensbedingungen, um Abwanderungen zu verhindern; Primäre Orientierung der notwendigen Infrastrukturförderung darauf
- Nachhaltige Stärkung der Wirtschaft zur Anpassung an bundesweites Niveau mit Überwindung der Arbeitsmarktp Probleme bei Ausschöpfung der Möglichkeiten für Forschung und Entwicklung sowie innovativer Produktion

Im Sinne von § 4 des Thüringer Landesplanungsgesetzes wurde das Land in 4 Planungsregionen durch Entscheid der Landesregierung aufgeteilt, gleichzeitig wurden hierzu die regionalen Planungsgemeinschaften als Zusammenschlüsse der Landkreise, kreisfreien Städte und kreisangehörigen Gemeinden über 20.000 Einwohner einer Region als Körperschaft des öffentlichen Rechts gebildet<sup>2.22</sup>.

Die Landesbildung erfolgte in der Hauptsache durch den Zusammenschluß der ehemaligen DDR-Bezirke Erfurt, Gera und Suhl.  
Die flächenmäßige Aufteilung in Landesregionen wurde

**nicht unter Beachtung bisher vorhandener administrativer und Planungsstrukturen** durchgeführt,

sondern weit eher dem Grundsatz verpflichtet, räumlich gleich große Areale zu bilden. So wurde der ehemalige Bezirk Erfurt in 2 Planungsregionen, nämlich Nord- und Mittelthüringen aufgeteilt. Die neu gebildete Region Nordthüringen stellt eine Zusammenführung schwach entwickelter Bereiche, ohne wirklich erkennbarem Oberzentrum und innerer sozio-ökonomischer Verflechtung dar. Die Befürchtungen einer Abkopplung der wirtschaftlichen Entwicklung in Nordthüringen von der in Mittelthüringen wurden durch den Verfasser im Landesplanungsbeirat mehrfach geäußert<sup>2.23</sup>.

Der politische Wille war auch hier stärker als die wirtschaftliche Vernunft. **Anlage 2.5** informiert über die bis 1990 gültige Bezirksgliederung, während in **Anlage 2.16** die Aufteilung Thüringens in Landesplanungsregionen von 1991 bzw. 1994 dargestellt ist.

---

<sup>2.22</sup> Landesregionenverordnung LRegVO vom 22. August 1991

<sup>2.23</sup> Thüringer Ministerium für Umwelt und Landesplanung: Protokoll über die Anhörung des Landesplanungsbeirates zum Entwurf des Landesentwicklungsprogrammes am 10.06.1992

- **Exekutive**

Gleichzeitig war es politisches Bestreben der ersten Landesregierung, die früheren Bezirksstrukturen gänzlich zu zerstören.

Während die anderen Neuen Bundesländer ihre Bezirksstrukturen beibehielten und verwaltungstechnisch durch den Aufbau von Regierungspräsidien sicherten, demzufolge immer eine funktionsfähige Verwaltung besaßen, wurden in Thüringen die funktionierenden Bezirksstrukturen vernichtet und eine neue Struktur, nämlich das Landesverwaltungsamt aufgebaut.

In dieser Aufbauphase waren die in der DDR für die Raumplanung zuständigen Büros für Territorialplanung der ehemaligen 3 Bezirke zwar funktionsfähig - aber nicht entscheidungsbefugt. Des weiteren war zu diesem Zeitpunkt nicht sicher, ob eine Weiterbeschäftigung politisch gewollt war.

Im Dezember 1990 wurden durch das Büro für Territorialplanung des früheren Bezirkes Erfurt eine Empfehlung an alle Kommunen zur Verkaufsflächengrößenentwicklung gegeben, zusammengestellt in **Abbildung 2.8**.

**Abbildung 2.8**

Mittelfristige Orientierungswerte zu Verkaufsflächengrößen, zur Gliederung des Nahbereiches und zur Größe der Handelseinrichtungen

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.7</sup>

VERKAUFSFLÄCHENGRÖSSEN	
ZENTRENHIERARCHIE	VERKAUFSRAUMFLÄCHE je Einwohner m <sup>2</sup> / EW
Oberzentrum (OZ)	1,0 und größer
Mittelzentren (MZ)	0,7 - 0,9
Unterzentrum mit Teilfunktion eines MZ	0,6
Unterzentren (UZ) und Kleinzentren (KZ)	0,5
	(jeweils unter Beachtung des Zentren-nahbereiches)

---

<sup>2.7</sup> Thüringer Büro für Regionalplanung, Weimar: Schreiben an alle Kommunen des Landes zu: Empfehlungen bei der Einordnung von Einzelhandelsgroßobjekten, die im regionalen Raumordnungsplan Berücksichtigung finden sollten, vom 13.12.1990

GLIEDERUNG DES NAHBEREICHES	
30 % der Verkaufsfläche für periodischen Bedarf (ehemals Waren des täglichen Bedarfes)	
70 % der Verkaufsfläche für aperiodischen Bedarf (ehemals Industriewaren)	<p>davon ca. 45 % zentrenrelevanter Bedarf: Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Unterhaltungselektronik, Bücher, Drogeriewaren, Spielwaren, Uhren, Schmuck, Sportartikel</p> <p>ca. 25 % nicht zentrenrelevanter Bedarf: Möbel, Kücheneinrichtungen, Teppiche/Fußbodenbeläge, Elektrogeräte/Kühlmöbel, Herde, Elektroinstallationsbedarf, Baustoffe und -materialien, Bau- und Heimwerkerbedarf, Maschinen, Fahrräder, Auto- und Motorradzubehör, Gartenbedarf, Campingartikel</p>

HANDELS-EINRICHTUNGSGRÖSSEN	
ZENTRENHIERARCHIE	VERKAUFSEINRICHTUNG mit Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
Oberzentrum (OZ)	
Mittelzentren (MZ)	größer 3.000
Unterzentren (UZ)	bis maximal 3.000
Kleinzentren (KZ)	bis maximal 1.000

Diese Hinweise wurden, da sie wegen der nicht gewollten Rechtsverbindlichkeit dieser Planungsinstitution nur empfehlenden Charakter hatten, von den Betroffenen nicht beachtet. Deshalb gab es trotz des Vorhandensein dieser Regelungen zwischen 1990 und 1991 (Zeit der Länderneubildung) - einer quasi gesetzlosen Zeit - eine Handelsflächenexpansion, die lediglich die eigene kommunale Planungshoheit akzeptierte.

Eine 1991 eingerichtete Arbeitsgruppe, die **Staatliche Umweltinspektion**, unter Leitung des Ministeriums für Umwelt und Landesplanung mit Vertretern des Wirtschaftsministeriums, der Industrie- und Handelskammer, vertreten durch den Verfasser und des Verbandes Thüringer Kaufleute, prüfte die ihr vorgelegten Planungen unter Aspekten der Raumverträglichkeit. Konsequenz wurde die Baunutzungsverordnung (BauNVO - § 11 (3)) zur Anwendung gebracht.



Gleichlaufend wurde im zuständigen Ministerium an der Erarbeitung des ersten Landesentwicklungsprogrammes gearbeitet - für die Handelsstrukturentwicklung von besonderer Bedeutung, weil die zentrenhierarchische Struktur festgeschrieben werden sollte.

Dieser Entscheidungsprozeß zur Festschreibung von Grundlage und Zielen der Landesplanung wurde durch die Einflußnahme von entsandten Mitarbeitern aus Planungsbehörden der Alten Bundesländer mehrfach behindert.

Bereits 1990 wurde vom damaligen Büro für Territorialplanung eine zentrenhierarchische Gliederung des Landes Thüringen vorgelegt (siehe **Anlage 2.6**). Im November 1991 wurde der erste der 4 Entwürfe für das **Landesentwicklungsprogramm (LEP)** vorgelegt. Das LEP wurde durch die oberste Landesplanungsbehörde im damaligen Ministerium für Umwelt und Landesplanung unter Mitwirkung des Landesplanungsbeirates erarbeitet.

4 LEP-Entwürfe (November 1991, 04. Mai 1992, Dezember 1992, August 1993), die den unterschiedlichsten gerade aktuellen politischen und wirtschaftlichen Zeiterfordernissen Rechnung trugen, wurden im dazu installierten Landesplanungsbeirat (Landesplanungsgesetz § 7 - Landesplanungsbeirat) diskutiert.

Ein Grund für diese stark divergierenden inhaltlichen Aussagen im LEP lag in der Einflußnahme der Berater aus den Alten Bundesländern begründet.

Der Verfasser war als Vertreter der 3 Industrie- und Handelskammern in Thüringen vom 11.10.1991 bis 31.7.1995 Mitglied dieses Beirates. In dieser Eigenschaft hat er die Auffassung der Wirtschaft zum LEP, deren Einzugsgebiet mit den Planungsregionen Nord- und Mittelthüringen identisch war, mitbestimmen können und die Fachmeinungen der IHK'n Ost- und Südthüringen im Beirat mit vertreten.

Zur Handelsentwicklung wurden im 1. LEP-Entwurf vom November 1991 Grundsätze formuliert, die in **Abbildung 2.9** zusammengefaßt sind.

### **Abbildung 2.9**

Grundsätze zur Handelsentwicklung

Quelle: 1. Entwurf zum LEP, Stand November 1991

<b>STÄDTEBAULICHE ENTWICKLUNG DER GEMEINDEN: RAUMORDNUNG U. ORTSENTWICKLUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die bauliche Entwicklung der Siedlungen soll sich vorrangig in zentralen Orten, insbesondere in Räumen an leistungsfähigen Verkehrswegen vollziehen.</li><li>• Der Innenentwicklung ist gegenüber der Außenentwicklung unbedingt Vorrang einzuräumen.</li></ul>
---	---

<b>STÄDTEBAULICHE ENTWICKLUNG DER GEMEINDEN: GROSSFLÄCHIGER EINZELHANDEL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Großflächige Einzelhandelsvorhaben <b>sind grundsätzlich in Ober- und Mittelzentren</b> vorzusehen. Das betrifft sowohl Betriebe, die ganz oder teilweise der Deckung des örtlichen Bedarfes dienen als auch Fachmärkte mit innenstadtrelevanten Sortimenten.</li> <li>• Können großflächige Einzelhandelsvorhaben in den zentralen Orten städtebaulich nicht integriert werden, ist zugleich eine geordnete städtebauliche Entwicklung in Umlandgemeinden gewährleistet und entspricht die räumliche Dimension des großflächigen Einzelhandelsvorhabens der vorhandenen Maßstäblichkeit von Siedlung und Freiraum, können großflächige Einzelhandelsvorhaben in Umlandgemeinden (Funktionsraum des zentralen Ortes) angesiedelt werden. Dies sollte auf der Grundlage interkommunal abgestimmter Einzelhandelsentwicklungskonzepte bzw. Einzelhandelsvereinbarungen geschehen.</li> <li>• <b>Fachmärkte mit atypischer Sortimentsgestaltung</b> (vorrangig Bau- und Heimwerkermärkte, Gartencenter, Automärkte) können auch außerhalb von zentralen Orten angesiedelt werden. Das betrifft insbesondere die Weiterentwicklung bestehender Betriebe im ländlichen Raum.</li> </ul>
<b>BEDARFS-GERECHTE VERSORGUNG</b>	<p>Für alle Landesteile durch breites Spektrum von Handelseinrichtungen unterschiedlicher Größe, Betriebsarten und Angebotsformen</p>
<b>HANDELS-STRUKTUR</b>	<p>besondere Unterstützung eines breiten Mittelstandes</p>
<b>STANDORTENTWICKLUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrale Orte sollen entsprechend ihrer Größe und Funktion die Versorgung der Bevölkerung im jeweiligen Verflechtungsbereich mit Waren und Leistungen übernehmen.</li> <li>• Standorte und Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen <b>nur in zentralen Orten oberer und mittlerer Stufe oder in geeigneten Gemeinden des unmittelbaren Umlandes</b> ausgewiesen werden.</li> <li>• Die Errichtung und Erweiterung solcher Einrichtungen sollen sich an den Versorgungsfunktionen des zentralen Ortes und der Größe des Verflechtungsbereiches orientieren.</li> </ul>

Mit diesen Grundsätzen konnte die Ansiedlungspolitik nur bedingt zugunsten der intensiven Stadtentwicklung vorangetrieben werden.

Im Rahmen der Mitarbeit im Landesplanungsbeirat wurde durch den Verfasser folgende Forderung als Gesamtauffassung der Wirtschaft erarbeitet und gegenüber dem Ministerium für Umwelt und Landesplanung vertreten:

*„Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Innenstadtrelevanz sind nur in Ober-, Mittel- und möglichen Mittelzentren zu errichten. Ziel muß es sein, eine ausgewogene Handelsstruktur bei Sicherung des Einzelhandelsbesatzes in den Zentren zu schaffen, während Einkaufsbereiche mit Nichtinnenstadtrelevanz auch in unmittelbarer baulicher und funktioneller Lage zu Ober-, Mittel- und möglichen Mittelzentren eingeordnet werden können.“*<sup>2.24</sup>

#### • Kommunalebene

In der Grauzone zwischen Noch-DDR und Noch-Nicht-BRD (Vergleiche hierzu den chronologischen Ablauf in **Anlage 1.1**) und kurz danach wurden durch die funktionsfähig gebliebenen Einrichtungen der Räte der Kreise, heute Landkreise, überdimensionierte und nichtintegrierte Standorte genehmigt. Des weiteren wurden nicht alle Planungen der Landesbehörde vorgestellt. Diese Entscheidungen waren nur sehr schwer wieder zu revidieren (Vgl. **Abbildungen 2.7, 2.10**).

Diese Aufbruchstimmung innerhalb der Kommunen und der Freiheitsgedanke, nicht mehr durch Staat und Regierung gegängelt zu werden, war einer der Hauptbeweggründe.

Vielfach waren insbesondere die neu formierten politischen Entscheidungsträger in den Umlandgemeinden der großen Städte schlichtweg überfordert bzw. wurden diese durch die Investoren überfahren und mit den Versprechungen geködert, ihre Gemeinde in eine überaus wirtschaftlich blühende Landschaft zu verwandeln.

Flache Entscheidungshierarchien in diesen Gemeinden, die in Baurechtsfragen noch nicht sattelfesten Landesbehörden und der politische Druck nach kurzfristigen Veränderungen führte zur Ausweisung von Gewerbegebieten, deren Auf- und Ausbau, als auch zum Bau von Einkaufszentren.

**Durch die absolute Gewährung der Planungshoheit sind die Umfeldgemeinden der großen Städte zu den Verursachern dieser unausgewogenen Handelslandschaften geworden**<sup>2.11, 2.25</sup>.

---

<sup>2.11</sup> Huck, Christian: Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen, in: Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 „Transformationsprobleme - lösbar?“ - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

<sup>2.24</sup> Stellungnahme der IHK'n des Landes Thüringen zum Landesentwicklungsprogramm vom 17.07.1992

<sup>2.25</sup> Huck, Christian: Die Eröffnung des Möbelmarktes Rieger in Mönchenholzhausen bei Erfurt: Fluch oder Segen?, in: Wirtschaftsinformation der IHK Erfurt, Heft 9/1992, S. 40

Aber nicht nur die Umlandgemeinden, auch die Städte selber hatten anfänglich besondere Schwierigkeiten im Umgang mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben.

Statt vehement gegen Ansiedlungen im städtischen Umland auch im Rahmen der Raumordnungsverfahren zu protestieren, wollte man einerseits die Konfrontation nicht, z.B. im Fall **Hötzelsroda** als auch andererseits bewußt diese Flächen nicht auf Stadtterritorium.

Anders ist die Auffassung der Stadt Weimar nicht zu verstehen, großflächige Verkaufseinrichtungen mit ca. **21.700 m<sup>2</sup>** im Umland akzeptiert zu haben (vgl. **2.2.1.2.1**).

#### **2.2.1.2 Zweite Etappe von 1992 - 1993**

##### **2.2.1.2.1 Standort- und Flächenentwicklung**

In dieser Zeitspanne waren die Expansionsbestrebungen der Großflächenanbieter immer noch ungebrochen. Fehlende Fachkompetenz in den regionalen Bauämtern bzw. auch Dokumentationswut des Aufschwungs durch drittklassige Politiker verursachte weitere Genehmigungen.

Stellenweise wurde die im Aufbau bzw. mit sich selbst beschäftigte Landesplanung im Rahmen der Raumordnung gar nicht erst einbezogen. Vielfach wurde das mit früherer staatlicher Reglementierung in der DDR verglichen.

Besonders die ehemaligen Kreise Mühlhausen, Gotha als auch Eisenach wurden zu negativen Beispielen für Fehlsiedlungen des großflächigen Einzelhandels. Insbesondere durch das Einwirken der dort amtierenden Landräte wurde diese Entwicklung noch maßgeblich befördert. Überdimensionierte Handelsflächenansiedlungen an nichtintegrierten Standorten waren die Folge.

Vergleiche hierzu **Abbildung 2.10**.

### Abbildung 2.10

Beispiele für nichtintegrierte Handelsstandorte in Nord- und Mittelthüringen und deren landesplanerische Behandlung

Quelle: Eigene Ermittlungen

STANDORT	LAND-KREIS	GENEHMIGUNGS-RECHTLICHE PRÜFUNGEN	NUTZUNG	GE-NEHMIGTE VERKAUFS-FLÄCHE (m <sup>2</sup> )
Hötzelsroda bei Eisenach	Eisenach	Raumordnungsverfahren vom 26.02.92/08.07.1992	SB-Warenhaus Baumarkt Möbelmarkt Sonstige	3.500 5.000 8.000 5.800
Schwabhausen (8km südlich von Gotha):	Gotha	Genehmigungserteilung durch Landratsamt <b>ohne Raumordnungsverfahren</b>	Baumarkt Möbelmarkt	6.000 9.000
Bollstedt (6 km östlich von Mühlhausen)	Mühlhausen	<b>Ohne Raumordnungsverfahren</b> (Provisorium wurde abgebaut: siehe <b>Anlage 2.7, 2.8, 2.9</b> )	SB-Warenhaus Baumarkt Sonstige	(6.500) (4.750) (1.650)
Süßenborn (3 km östlich von Weimar)	Weimar Land	Raumordnungsverfahren vom 25.02.1992 und landesplanerische Stellungnahme vom 12.09.1994	SB-Warenhaus Baumarkt Möbelmarkt Sonstige	5.300 5.000 5.500 1.200
Ammern (5 km nördlich von Mühlhausen)	Mühlhausen	Landesplanerische Stellungnahme vom 02.10.1992	Lebensmittel Baumarkt	750 8.621

Parallel laufend versuchten die Städte ihre Kernbereiche mit innerstädtischen Einkaufsbereichen aufzuwerten. Verschiedenen Ortes wurden Bebauungspläne für zentrale Areale aufgestellt.

So wurde von der Stadt **Weimar** ein Bebauungsplan für den innerstädtischen Bereich "Schützengassenplatz" zum 01.07.1992 in das Beteiligungsverfahren der Träger öffentlicher Belange gegeben. Es sollte ein Kaufhaus mit ca. 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entstehen.

Übertriebene bauliche Einschränkungen wegen immer wieder erfolgter "Nachbesserungs"vorschläge aus den politischen Bereichen, fehlender Druck und fehlende Entscheidungskompetenz der städtischen Entscheidungsträger haben neben den langwierigen Grundstückskaufverhandlungen erst im Oktober 1998 zu den ersten Erdarbeiten geführt.

Erst im darauffolgenden Jahr konnte dieser Standort als zweites innerstädtisches Kaufhaus in Weimar eröffnet werden (Zur Erinnerung: Vor 1945 hatte Weimar 3 große Kaufhäuser).

Zur Sicherung der innerstädtischen Entwicklung in Weimar wurde die Magistratsvorlage 228/92 vom 16.07.1992 erlassen.

Obwohl darin als Grundziel die Entwicklung der Weimarer Innenstadt genannt wurde, wurden periphere Standorte mit großflächigen, innenstadtrelevanten Verkaufsflächen im engeren Verflechtungsbereich der Stadt Weimar in einer Größenordnung von **21.700 m<sup>2</sup>** Verkaufsraumfläche akzeptiert, wie z. B. in Süßenborn mit 17.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (siehe **Abbildungen 2.7, 2.10**).

In **Erfurt** versuchte der Massa-Bau & Heimwerkermarkt im April 1992 durch Umnutzung eines bestehenden Möbelmarktes auf 5.000 m<sup>2</sup> zu eröffnen. Gemeinsam mit der Stadt Erfurt verhinderte die IHK Erfurt unter Federführung des Verfassers die Neueröffnung zum 11.4.1992. Erst 14 Tage später durfte der Baumarkt unter deutlicher Reduzierung der Verkaufsflächen (um 1.500 m<sup>2</sup>) eröffnen <sup>2.26</sup>.

Die Stadt **Erfurt** ließ 1992 im Rahmen eines städtebaulichen Wettbewerbes ein innerstädtisches Gebiet zwischen Juri-Gagarin-Ring und Anger beplanen.

Im Ergebnis wurde zwischen der Stadt Erfurt und der HOCHTIEF AG als Investor am 21.12.1993 ein städtebaulicher Vertrag mit dem Inhalt abgeschlossen, im Stadtzentrum Erfurts ein Gesamtareal von 11.300 m<sup>2</sup> zwischen Juri-Gagarin-Ring Südseite und Juri-Gagarin-Ring Nordseite mit Einzelhandelsflächen, Büros und einem Bankgebäude zu bebauen. Unter Anwendung des Investitionsvorranggesetzes konnte 1996 ein erster Bauabschnitt (Commerzbank-Gebäude) mit einem Investitionsvolumen von ca. 120 Mio. DM abgeschlossen werden.

Überzogene Grundstückspreisvorstellungen städtischer Unternehmen führten bei der Realisierung des zweiten Bauabschnittes zu langwierigen Grundstückskaufverhandlungen, die erst 1996 zum Ende kamen. Dabei lag der Verkaufspreis deutlich über dem Bodenrichtwert.

Aufgrund veränderter Realitäten in der Erfurter Handelslandschaft forderte die Stadtverwaltung und ihr Parlament trotz gegebener Zusagen nunmehr vom Investor Flächenminimierungen im Handelsbereich, um damit andere städtebauliche Mißstände durch Handelsnutzungen zu beseitigen.

Die kurzfristige Realisierung dieser Bereiche scheiterte aber häufig am direkten Flächenzugriff.

Ursache hierfür war eine ungenügende grundbuchrechtliche Sicherheit.

In der DDR wurden die Grundbücher nicht oder nur sporadisch aktualisiert. Besonders in den baulich vernachlässigten Stadtzentren besaßen die Grundbücher einen Aktualitätsstand aus den 50iger Jahren.

Übertriebene nicht marktpreiskonforme Forderungen der Alteigentümer waren weitere Hemmnisse beim Flächenerwerb. Dabei waren die Kommunen keine Ausnahme (siehe dazu das Beispiel der Stadt Erfurt). Investitionsvorrangbescheide sollten Projektverzögerungen durch Restitutionsansprüche vermeiden. Hinzu kam, dass das kommunale Mitspracherecht bezüglich der städtebaulichen und architektonischen Gestaltung bei zentralen Stadtbereichen sich viel intensiver und kontroverser artikulierte als z. B. bei peripheren Bereichen.

**Ergebnis war eine deutliche zeitliche und qualitative Verzögerung bei der innerstädtischen Entwicklung.**

---

<sup>2.26</sup> Thüringer Allgemeine vom 11.4.1992: Baumarkt - ein faules Ei? - Magistrat will gegen Eröffnung einschreiten

#### 2.2.1.2.2 Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene

##### • Bundesebene

Die unkontrolliert ablaufende weitere nichtintegrierte Flächenexpansion war kontraproduktiv zur erklärten Revitalisierung der ostdeutschen Innenstädte.

Mitte 1993 wurde deshalb mit Zuschüssen des Bundesministeriums für Wirtschaft das Deutsche Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) gegründet, das die zuständigen Länder und Gemeinden sowie die Investoren beraten und unterstützen sollte und soll.

Deren Arbeit beschränkt sich nach wie vor auf die Finanzierung von Studien, Seminaren und Beratungsleistungen.

Im Positionspapier des Deutschen Industrie- und Handelstages vom Oktober 1992 meldete die Interessenvertretung der gewerblichen Wirtschaft Gesamtdeutschlands akuten Handlungsbedarf bei der Sicherung des Handelsstandortes Stadt in Ostdeutschland an. Vergleiche hierzu **Abbildung 2.11**.

#### Abbildung 2.11

Forderungen des DIHT zur Handelsentwicklung in den Neuen Ländern

Quelle: <sup>2.27</sup>

POSITIONSPAPIER DES DIHT	
1.	Erhalt der Multifunktionalität und damit Lebensfähigkeit der Stadt als Ganzes
2.	Aufbau einer differenzierten Handelsstruktur durch Einbindung des Facheinzelhandels bei Versagung weiterer Ansiedlungen auf der "Grünen Wiese"
3.	Voller Einsatz der Instrumente aus Raumordnung und Bauleitplanung
4.	Schaffung von mehr Gewerbeflächen in den Städten
5.	Schaffung städtischer Nebenzentren
6.	Keine grundsätzliche städtische Verkehrspolitik gegen den PKW
7.	Grundstücksverkäufe der ehemaligen Handelsorganisationen vorrangig an die jetzigen Mieter

---

<sup>2.27</sup> DIHT: Neue Bundesländer: Handelsstandort Stadt in akuter Gefahr, Bonn im Oktober 1992

• **Landesebene**

• **Planungsrechtliche Grundlagen**

Seit 1991 war der Verfasser als Vertreter der IHK Erfurt in die Standortbewertungsverfahren eingebunden. In Kenntnis der Verfahrensweisen in den Alten Ländern wurde durch den Verfasser gegenüber den Ministerien Wirtschaft, Inneres, Landesplanung und dem Landesverwaltungsamt angeregt, so schnell als möglich eine thüringenspezifische Richtlinie über die Verfahrensweise bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu erarbeiten.

Am 01.07.1992 wurde diese **Richtlinie über die Verfahrensweise bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Landesplanungs- und Baurecht** als gemeinsame Richtlinie der Thüringer Ministerien für Umwelt und Landesplanung, für Wirtschaft und Verkehr und des Thüringer Innenministeriums verabschiedet. Der Verfasser hatte seit Mitte 1991 mit den beteiligten Ministerien Inhalte und Auswirkungen frühzeitig im Interesse einer geordneten städtebaulichen Entwicklung abstimmen können. Damit war ein Rechtsrahmen für eine ausgewogene Handelsstrukturentwicklung vorgegeben.

Mit Hilfe dieser Richtlinie und konsequenter Sicherung des Handelsstandortes Innenstadt konnten weitere gravierende Fehlentwicklungen vermieden werden (siehe **Anlagen 2.2, 2.3, 2.7, 2.8, 2.9, 2.10**).

Die Richtlinie regelt sowohl die Errichtung, Erweiterung als auch die Umnutzung für großflächige Einzelhandelsvorhaben ab einer Verkaufsfläche von 700 m<sup>2</sup>. In ihrer Standortaussage ist sie identisch mit dem LEP, daß nämlich großflächige Einzelhandelsvorhaben **in der Regel nur** in Ober-, Mittel- und möglichen Mittelzentren errichtet werden - eine Ansiedlung also durchaus erfolgen kann, wenn zentrale Orte keine Flächen für großflächigen Einzelhandel aufweisen und daher auf Flächen benachbarter Gemeinden angewiesen sind (Spenderfunktion).

Weiter wird die Vermutung der Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie der städtebaulichen Entwicklung und Ordnung nach BauNVO § 11 Absatz 3 und die Auswirkungen auf die städtebaulichen Entwicklung und Ordnung sowie Städtebauförderung geregelt.

Am 10.11.1993 wurde das **Landesentwicklungsprogramm** durch das Thüringer Ministerium für Umwelt und Landesplanung für verbindlich erklärt. Neben der Festschreibung der räumlichen Ziele, wie dem Leitbild der räumlichen Entwicklung, der Raum- und Siedlungsstruktur und den Planungsregionen wurden in den fachlichen Zielen die wirtschaftlichen und umweltrelevanten Belange formuliert. Raumstrukturelle Kategorien und zentralörtliche Gliederung wurden entsprechend den verschiedenen Entwurfsphasen geändert (vgl. **Anlage 2.11**).



Mit der Zentrenfunktionszuweisung wurden für die einzelnen Orte wirtschaftliche und infrastrukturelle Entwicklungspotentiale vorgegeben. Dieser Teil der LEP-Bearbeitung war von den Kommunen und deren Interessenvertretern heiß umkämpft.

Es wurden vielfach politische Entscheidungen getroffen, um z.B. strukturschwache Regionen durch Zuweisung von höherwertigen Funktionen, als aus dem Einwohnerpotential heraus erforderlich gewesen wäre, aufzuwerten (z. B. für Artern).

Weiterhin wurden im Ergebnis der Gebietsreform bisherige Kreisstädte abgestuft, aber nicht als Unterzentren, sondern als Teilfunktionale Mittelzentren, wie z. B. Bad Langensalza, Stadtroda, Zeulenroda.

Zusätzliche Aufnahmen von Kommunen als mittelfunktionale Zentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums erfolgten insbesondere in den Grenzregionen des Landes zu anderen Bundesländern (Eisenach, Altenburg, Rudolstadt/Saalfeld) (siehe **Anlage 2.12**).

Im Landesentwicklungsprogramm wurden nunmehr die räumlichen Ziele der Handelsentwicklung für Thüringen grundsätzlich festgeschrieben. Im Vergleich der Grundsätze zum ersten LEP-Entwurf vom November 1991 fällt auf, dass die Ansiedlungsparameter für den großflächigen Einzelhandel relativiert wurden. Ursprünglich waren Einzelhandelsgroßprojekte **nur** in zentralen Orten oberer und mittlerer Stufe zulässig, nunmehr **in der Regel** in Ober- und Mittelzentren. Der Forderung des Verfassers nach Verschärfung der Ansiedlungskriterien wurde nicht gefolgt.

**Abbildung 2.12**

Grundsätze zur Handelsentwicklung

Quelle: LEP vom 10.11.1993

<b>BEDARFS- GERECHTE VERSORGUNG</b>	Für alle Landesteile durch breites Spektrum von Handelseinrichtungen unterschiedlicher Größe, Betriebsarten und Angebotsformen
<b>HANDELS- STRUKTUR</b>	besondere Unterstützung eines breiten Mittelstandes
<b>STANDORTENT- WICKLUNG</b>	Zentrale Orte sollen entsprechend ihrer Größe und Funktion die Versorgung der Bevölkerung im jeweiligen Verflechtungsbereich mit Waren und Leistungen übernehmen.
<b>GROSS- FLÄCHIGER EINZELHANDEL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe <b>sollen in der Regel nur in Ober- und Mittelzentren</b> errichtet werden.</li> <li>• Die Gesamtverkaufsfläche solcher Einrichtungen soll in jedem der oben genannten zentralen Orte der Bevölkerungszahl im Verflechtungsbereich angemessen sein.</li> <li>• Dabei sollen die <b>Funktionsfähigkeit des zentralen Ortes</b>, insbesondere seines Zentrums, und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen <b>nicht wesentlich beeinträchtigt</b> werden.</li> <li>• Sofern Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Orten städtebaulich nicht mehr integriert werden können, ist auf eine Ansiedlung im unmittelbaren baulichen und funktionellen Zusammenhang mit Ober- und Mittelzentren (Funktionsraum des zentralen Ortes) hinzuwirken.</li> </ul>
<b>VERKEHRLICHE ERREICH- BARKEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen sowohl mit öffentlichen als auch privaten Verkehrsmitteln gut erreichbar sein.</li> </ul>

Die Vorstellungen zur endgültigen Raumstruktur wurden ebenfalls mehrfach geändert (Vgl. **Anlagen 2.13 - 2.15**).

Im Ergebnis der durch die Thüringer Landesregierung am 29.04.1992 beschlossenen **Verwaltungs- und Gebietsreform** wurde durch die Sachverständigenkommission Gebietsreform, in der der Verfasser die 3 Industrie- und Handelskammern Thüringens vertrat, einen Vorschlag zur Neugliederung des Landes am 17.12.1992 vorgelegt. In mehreren Sitzungen wurden zu strittigen Landkreiszusammenschlüssen Detailuntersuchungen durchgeführt, die sich an der Siedlungs- und Wirtschaftsstruktur sowie historischen Gegebenheiten orientierten. Im Ergebnis dessen wurde ein Vorschlag mit 15 Landkreisen und 6 kreisfreien Städten präsentiert.

Grundüberlegung im Rahmen der Raumordnung war die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse in allen Landesteilen Thüringens. Das sollte durch wirtschaftspolitischen Vorstellungen, wie

**der Anbindung strukturschwacher Kreise an wirtschaftsstarke Regionen erreicht werden.**

So sollten Teile der ehemaligen Landkreise Erfurt-Land, Sömmerda und Artern parallel der zukünftigen Verkehrsachse Erfurt-Sömmerda-Artern an die Landeshauptstadt angebunden werden.

Die alten Landkreise Nordhausen, Sondershausen und Teile von Artern sollten einen Zusammenschluß mit der kreisfreien Stadt Nordhausen bilden. Wegen der wirtschaftlichen Präsenz des Landkreises Eisenach, sollte deren Größenordnung beibehalten werden.

Aufgrund der historischen Gegebenheiten südlich des Thüringer Waldes schlug die Sachverständigenkommission eine Fusion der Altkreise Bad Salzungen mit Schmalkalden vor.

Alle weiteren Neukreisbildungen waren bereits im Vorfeld durch politische Meinungsbekundungen unstrittig. Vor der Veröffentlichung des Vorschlages der Sachverständigen erfolgte ein Abgleich mit den landesplanerischen Vorstellungen, insbesondere der raumstrukturellen Kategorien im Zusammenhang mit der Offenlegung des LEP.

Dem Vorschlag der Sachverständigenkommission zur Landkreisneubildung unter Beachtung vorhandener und zukünftiger Wirtschaftsstrukturen wurde nicht in allen Punkten gefolgt.

Zu stark wurden regionale als auch einzelpersonelle Willensbekundungen zum Maßstab der Entscheidungen herangezogen. Zum 15.07.1993 wurde das **Gesetz zur Gliederung der Landkreise und kreisfreien Städte in Thüringen** in Kraft gesetzt.

Dem folgend wurde der Zuschnitt der Planungsregionen verändert, ohne wiederum auf die historischen, wirtschaftlichen und gewachsenen Strukturen Bezug zu nehmen (**Anlage 2.16**).

• **Kommunalebene**

Zur Verwirklichung der raumordnerischen Grundsätze in der Handelsstruktur Thüringens bedurfte es des konsequenten Einsatzes des gesamten Instrumentariums aus Raumordnung und Bauleitplanung.

Insofern wurde das auch durch die handelnden Akteure bestimmt. In einem Vortrag am 08.09.1993 zur "Umweltgerechten Ausweisung und Erschließung von Gewerbegebieten" in der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar (5. Gemeinsames Seminar - Umwelt- und Raumplanung - der TH Darmstadt mit der Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar wies der Verfasser auf die Wirtschaftlichkeitskriterien von Handelssondergebieten hin und charakterisierte deren möglichen negativen Auswirkungen<sup>2.28</sup>.

Im Rahmen der IHK-Arbeit wurde durch den Verfasser versucht, aufgetretene Fehlentwicklungen in der Handelsstrukturentwicklung aufzudecken, mit allen Beteiligten im gemeinsamen Gespräch zu erörtern und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.

So drohte 1993 die Entwicklung insbesondere um **Mühlhausen** zu eskalieren (vgl. hierzu **Anlagen 2.7 - 2.9**). Irreparable Schäden in der Stadtentwicklung Mühlhausens waren vorgezeichnet. Aufgrund der Kreisangehörigkeit konnte die Stadt Mühlhausen gegen die Umlandentwicklung nur wenig ausrichten. Mit einer vom Verfasser durchgeführten Grundsatzveranstaltung am 11.03.1993 in der IHK Erfurt unter Beteiligung des Landrates, der Vertreter von Stadt, Verbänden, Ministerien, Landesverwaltungsamt wurden die Einzelstandorte bewertet und Entscheidungen zu ihrer Raumverträglichkeit getroffen.

Diese Beratung war die Initialzündung für die nach außen hin wirksamen Aktivitäten der Landesplanung zur Sicherung des Handelsstandortes Mühlhäuser Innenstadt.

Im Ergebnis wurden Provisorien geschlossen und weitere in der Planung befindliche Standorte deutlich reduziert.

Auch im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens zwischen der Stadt Nordhausen und der Umlandgemeinde Bielen konnte durch Beteiligung des Verfassers und des Landesverwaltungsamtes, Referatsgruppe Raumordnung und Landesplanung der nichtintegrierte Standort eines Einkaufszentrums verhindert werden. Vergleiche hierzu **Anlage 2.10**.

Mehrfach wurde das Beispiel Egstedt bei Erfurt genannt. Hier sollte nach dem Willen der Investoren das größte Einkaufszentrum Thüringens an einem nichtintegrierten Standort etabliert werden. Auch hier konnte durch die Einflußnahme der IHK Erfurt, hauptsächlich vertreten durch den Verfasser, eine Fehlentwicklung vermieden werden. Vergleiche hierzu **Anlagen 2.2 - 2.3**.

---

<sup>2.28</sup> Huck, Christian: Wirtschaftlichkeitskriterien für die Entwicklung von Gewerbe- und Sondergebieten, in: Schriftenreihe des Institutes für Wasserversorgung, Abwasserbeseitigung und Raumplanung der Technischen Hochschule Darmstadt und der Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar, Heft 76, Darmstadt 1994

### **2.2.1.3 Dritte Etappe von 1994 - 1995**

#### **2.2.1.3.1 Standort- und Flächenentwicklung**

Die großen randstädtischen Standortentwicklungen wurden in diesem Zeitraum zum Abschluß gebracht bzw. baurechtlich gesichert. Stellvertretend für diesen Zeitraum sollen die Ansiedlungen von Möbelhäusern im engeren Umfeld von Erfurt (Egstedt: Möbel Höffner) bzw. Weimar (Legefeld: Möbel Buhl) genannt werden. Vergleiche hierzu auch die **Anlagen 2.2 - 2.3**.

Wegen kommunaler Zusagen mußten diese frühen Standortentwicklungen auf die Belange einer geordneten städtebaulich-räumlichen Entwicklung zurückgeführt werden.

Während die Ansiedlung von Möbel-Höffner in Erfurt-Egstedt realisiert wurde, hat der Möbel-Filialist in Weimar-Legefeld noch nicht gebaut (Stand: Dezember 1999). Obwohl die Stadt Weimar die Ansiedlung befürwortete, ebenso auch die Oberste Landesplanungsbehörde in ihrer landesplanerischen Beurteilung eine Entwicklung von 13.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche befürwortete, haben die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Thüringen den Ausschlag für eine Nichtansiedlung gegeben. Diese grundsätzlichen Bedingungen wurden im Auftrag des Verfassers als Geschäftsführer der IHK Erfurt bereits 1995 durch ein Gutachten der GMA Ludwigsburg/Erfurt, das Grundlage der Stellungnahme der IHK Erfurt zur landesplanerischen Beurteilung war, detailliert dargestellt.

Inzwischen sensibilisiert, versuchten die Kommunen mit städtischen Satzungen eine weitere nichtintegrierte Standortentwicklung zu unterbinden.

Die Stadt Erfurt erließ ihren Stadtratsbeschluß Nr. 168/95 vom 30.08.1995, der großflächige Standortentwicklungen nur noch in bestätigten Standorten zuläßt. Gleichzeitig wurde mit der Marke von 1,7 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner ein vorläufiges Limit gesetzt. Dieser Wert wurde aber bereits 1997 überschritten.

Aber nicht alle Kommunen waren sich der negativen Auswirkungen randstädtischer Handelsentwicklungen bewußt. Die Stadt Eisenach, inzwischen mit über 3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner trauriger Spitzenreiter in Thüringen, wollte noch 1994 weitere 5.000 m<sup>2</sup> Handelsverkaufsflächen an einem randstädtischen Standort baurechtlich sicherstellen.

Durch die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Eisenach wurde am 05.09.1990 die Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 3.1 "Obere Mühlhäuser Straße" beschlossen. Mit der landesplanerischen Befürwortung vom 22.11.1991 und 15.05.1992 als Voraussetzung für die baurechtliche Sicherstellung für 6.000 m<sup>2</sup> Lebensmittel-SB-Markt, 5.000 m<sup>2</sup> Bau- und Gartenmarkt, 5.000 m<sup>2</sup> Möbelmarkt und 6.000 m<sup>2</sup> sonstigen Verkaufsraumflächen wurde ein Stadtteileinkaufszentrum landesplanerisch erlaubt. Die Rechtskräftigkeit des Bebauungsplanes wurde zum 18.08.1992 erlangt. Der Anteil an sonstigen Verkaufsraumflächen war für diesen Standort eindeutig zu hoch, eine Beschränkung des innenstadtrelevanten Anteiles wurde nicht vorgenommen. Im Juli 1994 sollte der angrenzende Bereich, dargestellt im Bebauungsplan 3.2 "Obere Mühlhäuser Straße" baurechtlich mit weiteren 5.000 m<sup>2</sup> Handelsflächen gefüllt werden. Diese weitere Handelsmassierung wurde durch die IHK im Rahmen der Beteiligung als Träger öffentlicher Belange abgelehnt. Auch die im Rahmen der Bebauungsplanüberarbeitung mit Stand vom 06.10.1997 reduzierte Fläche von 2.000 m<sup>2</sup> (je Verkaufseinheit im Maximum 400 m<sup>2</sup> und innenstadtrelevanten Anteil von 800 m<sup>2</sup> Obergrenze) wurde durch die IHK Erfurt abgelehnt.

**Die Landesplanung wurde in dieses Verfahren nicht eingebunden.**

### 2.2.1.3.2 Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene

#### • Landesebene

Zur raumordnerischen Beurteilung von Großprojekten wurde durch die Landesplanung eine verfeinerte Methode angewandt. Das sogenannte Thüringer **’Raumfenster Einzelhandel’**, als möglichem Weg zur Operationalisierung regional- und landesplanerischer Ziele, um raumvertretbare Verkaufsflächengrößen für einen bestimmten Einzugsbereich eines zentralen Ortes anhand ausgewählter Kriterien zu ermitteln, soll als Hilfsmittel bei der raumordnerischen Beurteilung wirksam werden.

Hierbei wurde eine Methodik eingesetzt, die in ihren Grundzügen den Berechnungsverfahren von am Markt agierenden Handelsberatungsunternehmen entspricht. Insofern ist nunmehr neu, daß diese Berechnungsgrundsätze von der Oberen Landesplanungsbehörde akzeptiert werden <sup>2.29</sup>.

In dieser Beispieluntersuchung zum ”Thüringer Raumfenster” wurden allerdings Handelsplanungsgrößen **ohne Beachtung des gesamten Einzelhandelsbesatzes** als verbindliche Bezugsgrößen vorgegeben, vergleiche dazu **Abbildung 2.13**.

#### Abbildung 2.13

Einzelhandelsbesatz der Stadt Gotha: Vergleich der Verkaufsflächenangaben von Landesverwaltungsamt und IHK Erfurt

Quelle: Eigene Ermittlungen

SORTIMENTSGRUPPE	ANGABEN DES LANDESVERWALTUNGSAMTES	ANGABEN DER IHK ERFURT
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>
SB-Marktbereich	25.000	24.360
Möbel	22.000	27.300
Bau-/Gartenmarkt	22.000	24.250
Sonstiger großflächiger Einzelhandel	26.000	22.528
Sonstiger Einzelhandel	-	32.082
<b>Insgesamt</b>	<b>95.000</b>	<b>120.520</b>

Demzufolge führten die in der Untersuchung dargestellten Ergebnisse zu einer optimistischen, weil unrealen Bewertung der Gothaer Handelsstruktur und damit einer weiteren Zulässigkeit von Handelsflächen. Solange also unterschiedliche Verkaufsflächenangaben als Bezugsgröße für die Bewertung weiterer Handelsstandorte eingesetzt werden (Anrechnung nur des großflächigen Einzelhandelsbesatzes), sind zusätzlichen, peripheren Entwicklungen Tür und Tor geöffnet und könnten damit faktisch raumordnerisch bewilligt werden.

<sup>2.29</sup> Bose, Schenkstoff, Schübel: Das Thüringer ”Raumfenster Einzelhandel”: Ein möglicher Weg zur Operationalisierung regional- und landesplanerischer Ziele, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1995, S. 271 - 277

Die Länder haben in ihren Landesbauordnungen geregelt, dass für nicht geschaffene Autostellplätze Ablösebeträge zu zahlen sind. Den Kommunen steht der Freiraum zu, über die Verwendung dieser Geldbeträge eigenständig zu befinden. Im Jahr 1994 wurde die Gesetzesänderung zur Thüringer Bauordnung beschlossen, die den innerstädtischen Einzelhandel beauftragt, für jeden nicht auf eigenem Grundstück geschaffenen Stellplatz einen Betrag von bis zu 22.000,00 DM an die Stadt zu zahlen.

**Diese städtischen Stellplatz-Ablösegebühren stellen damit ein entscheidendes Investitionshemmnis dar.**

Die damit verbundenen finanziellen Belastungen für Investoren in den Citys wirken sich überaus hemmend aus. Von den Bundesländern Berlin, Sachsen und neuerdings Mecklenburg-Vorpommern wird in deren Landesbauordnungen geregelt, dass in der Ermittlung der Ablösebeträge die ersten 4 Stellplätze **nicht angerechnet** werden. Für Thüringen steht diese Regelung immer noch aus. So wurden vom Verfasser frühzeitig Vorschläge zur Minimierung dieser städtischer Beiträge im Freistaat Thüringen eingebracht <sup>2.30</sup>. Dazu gehörte ebenfalls die Freistellung von der Zahlung der Stellplatzablösegebühren, zumindest für die ersten 4 Stellplätze. Im Rahmen der Anhörung zur Thüringer Bauordnung schlug der Verfasser als Vertreter der 3 Thüringer Industrie- und Handelskammern vor, diese Regelung in die Thüringer Bauordnung aufzunehmen. Diesem Vorschlag wurde durch die Fraktionen des Landtages nicht gefolgt <sup>2.31</sup>.

**Abbildung 2.14**

Ablösebeträge in DM je PKW-Stellplatz in ausgewählten Städten Thüringens und den Alten Ländern

Quelle: Eigene Ermittlungen und Informationen von der IHK Erfurt 1998

<b>ABLÖSEBETRÄGE für 1 STELLPLATZ IM STADTZENTRUM (IN DM)</b>			
STADT Neue Länder	DM je Stellplatz	STADT Alte Länder	DM je Stellplatz
Erfurt	22.000,-	Bonn	23.000,-
Jena	20.000,-	Erlangen	15.000,-
Gera	20.000,-	Hamburg	11.000,-
Suhl	19.200,-	Hannover	14.000,-
Eisenach	9.390,-	Mainz	27.000,-
Weimar	20.500,-	Salzgitter	8.000,-
Gotha	22.500,-	Trier	19.600,-
<b>Stralsund</b>	<b>von 14.250,- auf 6.750,- auf 1.000,-<sup>2.32</sup></b>	Würzburg	20.000,-

<sup>2.30</sup> Huck,Christian: Förderung des innerstädtischen Einzelhandels, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 12/1994, S. 17

<sup>2.31</sup> Huck,Christian: Änderung des Gesetzes über die Bauordnung; Anhörung im Innenausschuß des Thüringer Landtages vom 22. März 1994, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 5/1994, S. 43

<sup>2.32</sup> BAG-Handelsmagazin Heft 3-4/1998, S. 8: Stellplatzablösung - Investitionshemmnis beseitigt

#### **2.2.1.4 Vierte Etappe ab 1996**

##### **2.2.1.4.1 Standort- und Flächenentwicklung**

- **Innerstädtische Einkaufszentren auf dem Vormarsch**

Im Wissen um die Schwierigkeiten beim Aufbau von prosperierenden Stadtzentren und den negativen Einflüssen randstädtischer Handelsentwicklungen versuchen die Kommunen, mit Handelstrukturverbesserungen in den Innenstädten die bisherige Entwicklung umzukehren. Dabei wird in Unkenntnis der wirtschaftlichen Sachzwänge von den Städten versucht, von diesen Entwicklungen über Gebühr zu profitieren, sei es durch Verkauf städtischer Liegenschaften über Verkehrswert oder auch durch die Festsetzung von Ablösegebühren für zu schaffenden PKW-Stellplätze (vgl. hierzu **Abbildung 2.14**).

Trotz dieser ungünstigen Voraussetzungen wurden und werden durch Privatinvestoren die Stadtzentren mit attraktiven Einkaufszentren revitalisiert (**Abbildung 2.15**).

- **Schließung von Handelsgroßflächen bzw. Übernahme infolge Fusion**

Im Zuge des verstärkten Konkurrenzkampfes insbesondere im Lebensmittelbereich (vergleiche hierzu **Abbildung 3.6**) hat die Schließung von nach 1989 errichteten Einkaufsbereichen begonnen. Betroffen waren seit 1998 Standorte der Firma Kathreiner (11 Komm-, 6 Krone- und 3 Kadi-Märkte in Thüringen), bzw. der Firma Zick (Wohnwelt-Möbelmärkte) und Götzen (7 Baumärkte in Thüringen) <sup>2.33, 2.34</sup>.

Während für fast alle Standorte neue Betreiber gefunden werden konnten, steht das Lobe-Center in Jena fast leer (Wohnwelt mit 14.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Komm mit 8.060 m<sup>2</sup>) bei einer Gesamtverkaufsfläche von 24.660 m<sup>2</sup>.

Von der Übernahme der Allkauf-Gruppe durch die Metro AG 1998 (**Anlage 3.2**) wurden 4 Märkte in Thüringen (Erfurt, Gotha, Weimar-Süßenborn, Gera) betroffen. Langfristig kann dabei mit möglichen Standortveränderungen gerechnet werden <sup>2.35</sup>.

---

<sup>2.33</sup> Thüringer Allgemeine vom 16.01.1998: Bislang kein Interessent für Kathreiner-Märkte in Thüringen

<sup>2.34</sup> Thüringer Landeszeitung vom 30.06.1998: Investor rettet 100 Arbeitsplätze - Drei Götzen-Märkte in Thüringen können wieder arbeiten

<sup>2.35</sup> Thüringer Allgemeine vom 28.02.1998: Vier Thüringer Märkte gekauft



### Abbildung 2.15

Gebaute und geplante innerstädtische Einkaufszentren in Thüringen

Quelle: Eigene Ermittlungen

STAND-ORT	ORTS-KLASSIFI-ZIERUNG	EW-ZAHL	REALI-SIE-RUNG	VER-KAUFS-FLÄCHE	BRANCHEN-MIX
<u>Erfurt</u> Forum am Anger	Oberzentrum	211.108	1999-2000	23.000	Entertainment-Center (Multiplex-Kino) mit Shopping-Areal
<u>Erfurt</u> Anger 1	Oberzentrum	211.108	1998-2000	12.000 (+ 8.000 Umbau Altbestand)	Klassisches Einkaufscenter als additive Erweiterung des Hertie-Kaufhauses
<u>Jena</u> Goethe-Galerie	Oberzentrum	100.874	1996	19.200	Klassisches Einkaufscenter mit Textilmagneten Sinn-Leffers
<u>Gera</u> Gera-Arcaden	Oberzentrum	122.583	1998	30.000	Klassisches Einkaufscenter
<u>Nordhausen</u> Südharz-Galerie	Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums	47.324	1995	13.200	Klassisches Einkaufscenter mit Textilmagneten C&A
<u>Suhl</u> Lauterbogen-Center	Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums	54.379	1996	11.000	Klassisches Einkaufscenter

#### 2.2.1.4.2 Prozeßsteuerungsfaktoren des Transformationsprozesses auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene

##### • Bundesebene

##### • Sicherung des Standortes Innenstadt

Die Ministerkonferenz der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder sah sich in ihrer Ministerkonferenz für Raumordnung 1996 gezwungen, eine Entschließung für die Sicherung der Innenstadtentwicklung (vgl. **Abbildung 2.16**) zu verabschieden. Darauffolgend positionierte sie sich 1997 gegen die Ansiedlung von Factory Outlet Center (FOC) (Vergleiche dazu **Anlage 5.4**) und 1997 zur Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume (Vergleiche **Anlage 5.8**).

Aufgrund des empfehlenden Charakters dieser Entschließungen zeigen sich insbesondere bei der Ansiedlung von FOC bei konkreten Ansiedlungsbegehren auf Länderebene unterschiedliche Auffassungen. So wird trotz der Ablehnung dieser Standortentwicklungen das erste deutsche FOC Anfang 2000 in Wustermark (Bundesland Brandenburg) in einer Größe von 13.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an einem nichtintegrierten Standort eröffnet werden.

#### **Abbildung 2.16**

Erhaltung der Innenstädte als Einzelhandelsstandort - Empfehlungen der Ministerkonferenz für Raumordnung

Quelle: <sup>2,36</sup>

#### AUSGANGSLAGE

Europäische Städte sind als Zentren von Urbanität, Nutzungsvielfalt und damit verbundener Lebendigkeit zu erhalten und zu qualifizieren.

In den neuen Ländern erfolgte insbesondere durch die ungeordnete Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsunternehmen eine Entmischung, die folgende negative Entwicklungen nach sich zog:

- Filialisierung des innerstädtischen Einzelhandels mit Niveauverlust
- Angebotsbanalisierung und Uniformierung der Erscheinungsbildes von Fußgängerzonen
- Erhöhungen der Umweltbelastungen durch Landschaftsverbrauch, zusätzlichem Verkehrsaufkommen
- Arbeitsmarktveränderungen durch Arbeitsplatzabbau im Facheinzelhandel
- Herausbildung von ökonomischen und sozialen Monostrukturen
- ökologische Belastungen
- Entmischung und Instabilität von Städten und Regionen

<b>ZUR PROBLEMLÖSUNG SCHLÄGT DIE MKRO FOLGENDE MASSNAHMEN VOR:</b>	
<b>KONSEQUENTE ANWENDUNG DES PLANUNGS-RECHTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung klarer Zielvorgaben durch die Landesplanung</li> <li>• Bundesrechtliches Vorsehen von Raumordnungsverfahren für die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels in die Raumordnungsverordnung</li> <li>• Aufstellung gemeindlicher Einzelhandelskonzepte</li> <li>• Überprüfung alter Bebauungspläne auf Rechtssicherheit</li> <li>• konsequentes Umsetzen der gemeindennachbarlichen Abstimmung</li> <li>• Erfassung neuerer Erscheinungsformen des Handels durch die Baunutzungsverordnung</li> <li>• Kopplung der Genehmigungsfähigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben gemäß § 34 Abs. 1 BauGB mit einem Raumordnungsverfahren</li> <li>• Umstellung älterer Bebauungspläne auf die Baunutzungsverordnung 1990</li> <li>• Bereinigung von Fehlentwicklungen</li> <li>• Erhöhung der gemeindlichen Beratung und des Einzelhandels</li> </ul>
<b>FÖRDERUNG DER STANDORT-QUALITÄT IN DEN INNENSTÄDTE N</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhung des Wohnungsanteils in den Innenstädten</li> <li>• Erhöhung der Sicherheitsanforderungen in den Innenstädten</li> <li>• Nachnutzung frei werdender Liegenschaften (Militär, Bahn, Post) für attraktive Nutzungsmischungen von Wohnen, Handel und Gewerbe</li> <li>• Entwicklung integrierter Förderkonzepte (Fördermittelkombination der Stadterneuerung mit Mitteln der Wirtschaftsförderung)</li> <li>• Innenstadtförderungsgesetz für höhere Anreize innerstädtischer Investitionen durch steuerliche Abschreibungsmöglichkeiten: Verlängerung des Fördergebietsgesetzes für innerstädtische Bereiche bis zum Jahr 2000)</li> </ul>

<b>WIEDERHERSTELLUNG DER CHANCENGLEICHHEIT ZWISCHEN EINZELHANDEL IN DEN INNENSTÄDTEN UND AUF DER "GRÜNEN WIESE"</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung flexibler Ladenschlußzeiten für den Einzelhandel in Innenstädten und Stadtteilzentren (Beschränkung erweiterter Ladenöffnungszeiten auf innerstädtische Handelsbetriebe)</li><li>• Einbeziehen externer Kosten in die betriebswirtschaftliche Kalkulation (Stellplatzabläsegebühren bzw. Besteuerung des Standortes "Grüne Wiese")</li><li>• Schaffen von Abschreibungsmöglichkeiten für den innerstädtischen Einzelhandel</li><li>• Förderung des innerstädtischen Einzelhandels im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur"</li><li>• Städtebauförderung durch Bund und Länder auch zugunsten des Einzelhandels</li><li>• Beeinflussung des Standortwettbewerbes durch "City-Marketing" und "City-Management" zugunsten der Innenstädte</li><li>• Reduzierung von Innenstadtverkehr durch City-Logistik</li><li>• Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstädte durch günstige ÖPNV-Konditionen</li></ul>
---	---

---

<sup>2.36</sup> Innenstädte als Einzelhandelsstandorte erhalten: Gemeinsame Entschließung der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder sowie der Ministerkonferenz für Raumordnung vom 29.03./21.06.1996, in: Entschließungen der Ministerkonferenz für Raumordnung 1993 - 1997: Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau Bonn 11/1997

Vom Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau werden Modellvorhaben zur Entwicklung von Strategien und Maßnahmen zur Weiterentwicklung von innerstädtischen Zentren und zum Umgang mit großflächigen Einzelhandels- und Freizeiteinrichtungen gefördert (Exwest).

- **Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten**

Im Wissen um die seit 1992 rückläufigen Umsätze im deutschen Einzelhandel und die beschäftigungsintensiven aber investitionskostenniedrigen Möglichkeiten im Einzelhandel wurde seit Anfang der 90iger Jahre durch die Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes versucht, mehr Beschäftigung und größere Einzelhandelsumsätze zu sichern.

Zum 01. November 1996 wurde das Ladenschlußgesetz liberalisiert. Während der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) eher skeptisch ist, fordert die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels (BAG) eine weitere Flexibilisierung.

Ziel sei es, auf Kundenwünsche zu reagieren und ihnen die Chance zu bieten, einkaufen zu können, wann immer sie wollen. Damit könne die schwache Nachfrage weiter angekurbelt werden<sup>2.37</sup>.

Überlegungen laufen auch in die Richtung des Öffnens an Sonntagen, aber noch ist vor allem dem Mittelstand der Sonntag heilig.

- **Bisher profitieren davon nur die Tankstellen**

Ein Durchbruch bei der Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten ist durch Gerichtsentscheid des Bautzener Obergerichtes vom 14.12.1998 erreicht worden. Geklagt hatten Leipziger Einzelhändler gegen längere Öffnungszeiten im Leipziger Hauptbahnhof. Die Bautzener Richter erklärten, das Ladenschlußgesetz sei vor allem ein Arbeits- und Verbraucherschutzgesetz. Es gewähre aber keinen Schutz bei einer - möglicherweise rechtswidrigen - Begünstigung eines Konkurrenten. Die Klage der Einzelhändler sei auch deshalb unzulässig, da diese sich nicht auf eine Verletzung der Wettbewerbsfreiheit berufen könnten. Eine solche Verletzung komme nur dann in Betracht, wenn die behaupteten Umsatzeinbußen existenzbedrohend seien<sup>2.38</sup>.

---

<sup>2.37</sup> Handelsblatt vom 6.10.1998: Berliner Händler fordern Flexibilität

<sup>2.38</sup> Handelsblatt vom 16.12.1998, S. 16: Läden im Leipziger Bahnhof dürfen bis 22 Uhr öffnen

## • Landesebene

### • Standortbestimmung des Thüringer Einzelhandels

Im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur untersuchte die Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH) e.V. die Struktur des Einzelhandels in Thüringen sowie mittelstandspolitische Probleme, Stand September 1997. Auf der Grundlage der von den 3 IHK'n Thüringens erarbeiteten Analysen zum Handelsbestand wurde die Situationsbeschreibung bzw. Handelsentwicklung von 1992 bis 1997 durch Befragung von Handelsunternehmen unteretzt. Insbesondere im Analysebereich von Einkaufs-Centern in Thüringen ist die Studie unvollständig, bzw. gibt den aktuellen Sachstand nicht wieder. Einen Ausblick auf Situationsverbesserungen, bzw. die Auflistung von Grundsatzproblemen und deren Lösungsansätze ist aus dieser Studie ebenfalls nicht ersichtlich.

Es liegt der Schluß nahe, dass durch den Auftraggeber, das Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, dem untersuchenden Institut eine unzureichende Aufgabenstellung übergeben wurde, bzw. eine Problemdarstellung nicht gewollt war.

### • Einschränkung der Ladenöffnungszeiten

Mit der Eröffnung des Handelsstandortes Potsdamer Platz in Berlin - der neuen Berliner Mitte - und dort praktizierter und noch angestrebter Ausweitung der Öffnungszeiten (täglich bis 22.00 Uhr - Öffnung an Sonn- und Feiertagen) wird immer verstärkter eine Aufhebung der Ladenöffnungszeiten gefordert.

Während nun auf Bundesebene daran gedacht wird, das Ladenschlußgesetz weiter zu flexibilisieren und insbesondere die Einzelhändler als letztlich Betroffene diese Entwicklung nicht ablehnen, soll die Ausnahmegenehmigung für Sonderöffnungen an Sonn- und Feiertagen in Thüringen erschwert werden, so will es eine neue Verordnung aus dem Ministerium für Soziales und Gesundheit.

Geschäfte sollen nur noch sonn- und feiertags öffnen, wenn in der betreffenden Stadt traditionsreiche Volksfeste, wie der Weimarer Zwiebelmarkt oder der Thüringentag stattfinden. Allerdings soll die Sonntagsöffnungs-sondergenehmigung für periphere Standorte künftig grundsätzlich nicht mehr erteilt werden<sup>2.39</sup>.

Inzwischen führt die anhaltende Diskussion durch alle Parteien hindurch als auch bei den Handelsverbänden dazu, dass ein breiter Konsens für die Aufhebung des Ladenschlußgesetzes nunmehr vorhanden ist. Streitig ist aber nach wie vor die Sonntagsregelung. Hier wird spätestens im Frühjahr 2000 eine grundsätzliche Regulierung erwartet.

---

<sup>2.39</sup> Thüringer Landeszeitung vom 15.10.1998, S. 1 und 2: Sonntagsverkauf wird erschwert - Ellenberger will weniger Sondergenehmigungen erteilen

- **Sicherung des Standortes Innenstadt – "Thüringer Innenstadtinitiative" des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur**

Die dem Land Thüringen zur Verfügung gestellten Städtebaufördermittel zur Förderung "Strukturwirksamer städtebaulicher Maßnahmen" sollen vorrangig für zusätzliche Maßnahmen zur Stabilisierung der Thüringer Innenstädte ("Thüringer Innenstadtinitiative") eingesetzt werden<sup>2.40</sup>.

Als Aufgabenfelder werden für die Innenstadtentwicklung die in **Abbildung 2.17** zusammengefaßten Bereiche gesehen.

1997 ins Leben gerufen, sollen für die beteiligten 11 Städte (Altenburg, Eisenach, Erfurt, Gera, Gotha, Ilmenau, Jena, Mühlhausen, Nordhausen, Suhl und Weimar) erste Leitmaßnahmen im Zuge einer Prioritätenliste der jeweiligen Stadt begonnen werden.

Mit dieser Initiative wurden 1998 Fördermittel von 48,48 Mio. DM für von den Städten aufgestellte Leitprojekte bewilligt.

Allerdings sind diese Leitprojekte von ihrer **Wertigkeit** sehr diffizil zu betrachten. Während die meisten Städte lediglich Platz- bzw. Straßenneugestaltungen vornehmen lassen (Gestaltung des Bahnhofsvorplatzes in den Städten Ilmenau, Gotha und Nordhausen; in Weimar: Asbachgrünzug, Goetheplatz, Schillerstraße, Carl-August-Allee) wird in Erfurt ein Teil der Mittel für den Bau des Theaters im Brühl verwendet, einem Standort, der erst durch politische Entscheidungen zu einem innerstädtischen Standort deklariert wurde. Der dafür prädestinierte zentrale Standort ist nach wie vor eine Brache. Über deren Nachnutzung herrschen nur unklare städtische Vorstellungen.

Die Innenstadtinitiative ist grundsätzlich zu befürworten, sensibilisiert sie doch die derzeitigen Entwicklungsprobleme in den Thüringer Innenstädten.

Allerdings müssen die Aufgabenfelder weiter untersetzt werden und die Einzelmaßnahmen in ihren Wertigkeiten diesen Anforderungen angepaßt werden.

**Es fehlt die grundsätzliche Präferenz der Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte.**

Diese Initiative setzt, betrachtet man den Entwicklungsverlauf viel zu spät ein, und versucht jetzt Entwicklungen zurückzudrehen, die durch eben dieses Ministerium nicht verhindert werden konnte - nämlich die ungeordnete städtebauliche Entwicklung in den Umlandzonen der Städte.

---

<sup>2.40</sup> Thür. Exwest-Infoheft 1.3 zum Themenfeld "Innenstadtentwicklung Thüringer Oberzentren" - Thüringer Innenstadtinitiative, August 1998

### Abbildung 2.17

Thüringer Innenstadtinitiative: Aufgabenfelder für die Innenstadtentwicklung

Quelle: Eigene Ermittlungen, in Auswertung von <sup>2.41</sup>

AUFGABENFELDER	
<b>Planungshoheit der Gemeinden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Nutzung der Planungshoheit mit dem Ziel der Einschränkung zentrumsschädlicher Nutzungen</li> </ul>
<b>Probleme des Vollzugs und der kommunalen Förderpolitik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientierung der Einzelmaßnahmen auf den Gesamtzusammenhang</li> <li>• Harmonisierung der Förderinhalte durch operationelle Programme</li> <li>• Weiterentwicklung des bewährten Instrumentariums der Städtebauförderung</li> </ul>
<b>Stadt-Umland-Beziehungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerechtere Lastenverteilung zwischen zentraler Gemeinde und den Gemeinden des Umlandes</li> <li>• Forderung nach Zusammenarbeit in den Bereichen Verkehr, gemeinsame regionale Flächenvermarktungs- und Tourismuspolitik</li> </ul>
<b>Überhöhte Grundstückspreiserwartungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überhöhte Renditeerwartungen für innerstädtische Grundstücke sollen durch verfügbare Planungsinstrumente der Städte und Gemeinden stärker beeinflusst werden.</li> </ul>
<b>Kommune als Verbundakteur begreifen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstärkte Einbindung städtischer Tochterunternehmen als Investitionsträger für Infrastrukturmaßnahmen (Städtische Wohnungsbaugesellschaften)</li> </ul>
<b>Brachflächen in der Innenstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrielle und militärische Brachen sind mit Vorrang gegenüber Neuausweisungen zu entwickeln. Neue Formen und Strukturen der Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung sowie Projektentwicklern, Maklern und Bauträgern sollten geprüft werden.</li> </ul>
<b>Stadtkultur/ Aufenthaltsqualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkere Verknüpfung klassisch orientierter Kulturträger mit kommerzorientierten Trägern als Beitrag zur Vitalisierung der Innenstädte</li> </ul>
<b>Bahnhof und Innenstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chancennutzung für freiwerdende Areale der Deutschen Bahn AG durch die Städte - insbesondere die Aufwertung der Bahnhöfe zu Dienstleistungs- und Verkehrszentren</li> </ul>
<b>Umweltschutz/Nachhaltiger Städtebau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufnahme stadtoökologisch motivierter Bauprojekte, die zur Profilierung der jeweiligen Innenstadt beitragen können</li> </ul>

<sup>2.41</sup> Thür. Exwest-Infoheft 1.2 zum Themenfeld "Innenstadtentwicklung Thüringer Oberzentren" - Thüringer Innenstadtinitiative, Februar 1998, S. 2 ff.



- **Kontraproduktive Beeinflussung durch die Landesregierung**

Die Innenstadtentwicklung wird aber nicht nur durch kommunale Inaktivität sondern auch durch politische Entscheidungen auf Landesebene negativ beeinflusst. **Ohne Anwendung eines Raumordnungsverfahrens**, daß nach der Richtlinie über die Verfahrensweise bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Landesplanungs- und Baurecht unbedingt hätte geführt werden müssen, sind **7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** für einen Baumarkt an nichtintegriertem Standort in **Elxleben** bei Erfurt genehmigt worden.

Der Standort Elxleben liegt ca. 6 km nördlich der Landeshauptstadt Erfurt an der Bundesstraße B 4. Auch nach der Gebietsreform ist Elxleben selbständig. Durch die Ansiedlung von Möbel-Finke mit 28.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und dem Mitnahme-Möbelmarkt Boss mit 2.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist er größter Möbelanbieter in Thüringen (danach Möbel-Rieger, östlich von Erfurt in Mönchenholzhausen mit 31.000 m<sup>2</sup>)<sup>2.42</sup>. Trotz erheblicher Einsprüche der Landeshauptstadt Erfurt wurde Elxleben als eindeutig nichtintegrierter und peripherer Standort im Rahmen eines Raumordnungsverfahrens vom 21.07./10.08.1992 raumordnerisch bestätigt. Die zu diesem Zeitpunkt entsprechend Bebauungsplan vorgesehenen weiteren Handelsflächen durften aufgrund der Einflußnahme der Stadt Erfurt als betroffener Gemeinde nicht in allen Punkten realisiert werden.

Trotzdem wurde in Abstimmung mit dem Landesverwaltungsamt als Oberer Landesplanungsbehörde durch das Landratsamt Sömmerda ein Baumarkt von 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Praktiker) als Erweiterung des Möbel-Standortes Finke genehmigt. Begründet wurde diese Entscheidung mit dem Tatbestand der Erweiterung im Bestand und dem Vorliegen der Genehmigung nach Baugesetzbuch § 33. Massive Einwände der Stadt Erfurt führten zu keinem Ergebnis<sup>2.43</sup>. Am 03. August 1998 wurde der Baumarkt seiner Nutzung übergeben<sup>2.44</sup>.

---

<sup>2.42</sup> Thüringer Allgemeine vom 25.09.1997, S.3, 10: Dann kann man das Licht ausmachen - Streit um den Bau weiterer Einkaufszentren außerhalb der Städte/Elxleben plant einen Baumarkt

<sup>2.43</sup> Thüringer Allgemeine vom 10.12.1997: Regeln das wirklich der Markt und die Kunden..... Erfurt will gegen Baugenehmigung für Elxlebener Baumarkt klagen

<sup>2.44</sup> Thüringer Allgemeine vom 01.08.1998: 70.000 Artikel für Haus, Hof und Garten - Baumarkt an der B 4 öffnet am Montag

Durch den Konkurs der Fa. Kathreiner <sup>2.33</sup>, Betreiber eines SB-Warenhauses mit genehmigten 2.000 m<sup>2</sup> Baumarkt und 3.000 m<sup>2</sup> KOMM-Superdiscount im 1993 zu **Erfurt** eingemeindeten Ortsteil **Linderbach**, standen diese Verkaufsflächen zur Disposition. In mehreren Raumordnungsverfahren zuerst im Jahre 1991 wurde dieser Standort von ursprünglich geplanten 11.600 m<sup>2</sup> (Vorhaben- und Erschließungsplan: "Sondergebiet Linderbach - Am Weiher": Sortiment: Warenhaus mit 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Baumarkt mit 4.200 m<sup>2</sup> und Elektromarkt mit 3.400 m<sup>2</sup>) auf folgende Flächengrößen mit Ablehnung durch die IHK (Schreiben vom 20.03.1991, erarbeitet durch den Verfasser - lediglich Gestattung des Baumarktes) raumordnerisch bestätigt:

SB-Warenhaus	4.000 m <sup>2</sup>
Baumarkt	4.200 m <sup>2</sup>

Die Firma Globus, St. Wendel, übernahm den randstädtischen Standort. Ihr wurden **zusätzlich 2.000 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche mit Innentadtrelevanz von der Stadt Erfurt unter der Maßgabe zugestanden, dass früher bestätigte Erweiterungen am vorhandenen Standort in der eingemeindeten Ortslage Mittelhausen, nördlich von Erfurt dort nicht mehr genehmigt werden <sup>2.45</sup>.

Auch diese Standorterweiterung ist **ohne Raumordnungsverfahren** abgeschlossen worden.

Nun war aber der Standort der Fa. Kathreiner einer der wenigen Beispiele für den Versuch, großflächige Nutzung durch eine ansprechende, in die Landschaft passende Architektur mit Steildach und gegliederter Außenfassade umzusetzen.

Der neue Betreiber konnte seinen eigenen Baustandard durchsetzen.

**Gestaltete Bauformen wichen einer langweiligen gesichtslosen Kistenarchitektur.**

**Diese Fehlentscheidungen durch Landesgremien und die Stadt Erfurt, die den Zielen der Raumordnung eindeutig widersprechen, konterkarieren eine gesunde Handelsstrukturentwicklung und setzen Zeichen einer unseriösen Landes- als auch städtischen Vorsorgepolitik.**

---

<sup>2.33</sup> Thüringer Allgemeine vom 16.01.1998: Bislang kein Interessent für Kathreiner-Märkte in Thüringen

<sup>2.45</sup> Thüringer Allgemeine vom 11.02.1999: Der Norden wird bedient, der Süden bald verstärkt: Neues SB-Warenhaus und Baumarkt entstehen in Linderbach

### • Kommunalebene

Die generelle restriktive Verfahrensweise der Städte weitere Verkaufsflächen nicht zu genehmigen, führte und führt weiterhin zu

#### **Stagnation und zur Stabilisierung des sekundären Handelsnetzes.**

Der restriktive Part der Städte in der grundsätzlichen Ansiedlungspolitik des Handels überwiegt allerdings derzeit. Beispielhaft ist hier wiederum die Stadt Weimar zu nennen.

Bereits 1996 schätzt die GMA in ihrem zweiten Gutachten zur Handelsentwicklung der Stadt **Weimar** ein<sup>2.46</sup>, dass

- die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner nur bei 1,394 m<sup>2</sup> liegt,
- die Betriebsgrößenklassen des Einzelhandels unausgewogen strukturiert sind (54 % der Weimarer Betriebe repräsentieren nur 10 % der Verkaufsfläche - aber 4 % der Betriebe binden ca. 50 % der Verkaufsfläche),
- im City-Bereich die Durchschnittsgröße der Läden bei 75 m<sup>2</sup> liegt, keine Kundenmagnetbetriebe außer dem sogenannten Handelshaus mit 5.700 m<sup>2</sup> ansässig sind - das Horten-Kaufhaus wurde 1996 geschlossen,
- die Kaufkraftbindungsquoten des Weimarer Einzelhandels wegen des Fehlens inner- und überörtlich wirksamer Magnetbetriebe in der City insgesamt nicht befriedigen.

Durch den Verfasser wurde mehrfach öffentlich und in der Presse auf diese unbefriedigende Situation hingewiesen<sup>2.47, 2.48</sup>.

Die Stadt Weimar hat seit 1992 ein innerstädtisches Einkaufszentrum geplant. Erst im September 1998 erfolgten die ersten Erschließungsarbeiten. Im Oktober 1999 wurde das erste neue Kaufhaus endlich seiner Bestimmung übergeben. Ein weiteres innerstädtisches Einkaufszentrum am Coudray-Platz wird seit 1995 durch mehrere Investoren vorbereitet, darunter auch die HOCHTIEF Projektentwicklung. In einem weiteren Auswahlverfahren im Januar 1997 wurden von 6 Investorenvorschlägen 3 in die engere Wahl genommen.

Auch bis zum Dezember 1999 wurde keine Entscheidung durch die Stadt getroffen. Inzwischen sind Restitutionsansprüche auf Teilflächen gestellt worden.

Von den Städten ist eine Handelspolitik gefordert, die stadtzentrale Entwicklungen im Konsens mit dem randstädtischen Handelsnetz im Rahmen einer Arbeitsteilung ermöglicht. Dieser Prozeß einer

#### **aktiven Stadtentwicklungspolitik**

ist schwierig, auch langwierig und erfordert von den handelnden Personen Weitsicht und Entscheidungsmut. Vergleiche hierzu weitere Erläuterungen in **Gliederungspunkt 5.4.**

---

<sup>2.46</sup> GMA Ludwigsburg, Erfurt, Köln: Branchen- und Standortkonzept für den Einzelhandel in der Innenstadt von Weimar, Erfurt im Juni 1996

<sup>2.47</sup> Thüringer Landeszeitung vom 22.10.1994, S. 1, S. 10: Weimar ist nur eine Schlafstadt - Überforderte Verwaltung - IHK-Geschäftsführer Christian Huck kritisiert Mängel

<sup>2.48</sup> Huck, Christian: Die Innenstadtentwicklung Weimar - ein unbedingtes Muß im Hinblick auf die Kulturhauptstadt 1999, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 09/1994, S. 77 - 79

Demgegenüber haben die Stadtväter in Jena, Gera als auch in der Landeshauptstadt Erfurt innerstädtische Entwicklungen auf den Weg gebracht. Diese Einkaufsbereiche strahlen weit in das Umland. So hat sich durch die Goethe-Galerie in Jena ein Kundenstromzugang insbesondere aus dem Weimarer Einzugsbereich ergeben. Von 1000 Besuchern kamen allein 45 aus der Nachbarstadt Weimar<sup>2.49</sup>.

Der Weg, innerstädtische Handelsentwicklungen zu plazieren, ist bisher nicht einfach gewesen, doch werden auch weiterhin Entwicklungen dieser Art folgen (**Abbildung 2.15**).

Einige Städte werden es in ihrer Stadtentwicklung künftig schwer haben, wenn sie ihre Handelsentwicklung nicht forcieren können,

**denn die Handelsnutzung ist eine der dominierenden stadtgestalterischen Komponenten. Der Einzelhandel braucht nicht unbedingt die Stadtzentren, aber ohne den Einzelhandel tritt schnell eine Verödung ein.**

Hinzu kommen künftig Verschärfungen der **Städtekonkurrenz** auch um die Käuferpotentiale für den Einzelhandel. So wird am Beispiel der Schwierigkeiten der Stadt Weimar deutlich, daß deren Einwohnerpotential kaufkraftseitig nach Jena und Erfurt abdriftet, weil zu spät Handelsmagneten in der Innenstadt geschaffen wurden<sup>2.47</sup>. Diese Städtekonkurrenz um die Zentralität der Service- und Einzelhandelsstandorte erhält künftig neue Dimensionen<sup>2.10</sup>.

VERSCHÄRFUNG DER STÄDTEKONKURRENZ	
<b>Konkurrenz zwischen</b>	Stadt und flachem Land
	gleichgroßen Städten und Stadttagglomerationen
	Großstädten und Mittel- bzw. Kleinstädten
	City und Subzentren einer Stadt
	Subzentren einer Stadt

<sup>2.49</sup> Meyer, Günter: Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Teil XIII: Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena (1991 - 1996) unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen der Goethe Galerie, in: Geographisches Institut der Universität Mainz, 15. August 1996

<sup>2.47</sup> Thüringer Landeszeitung vom 22.10.1994, S. 1, S. 10: Weimar ist nur eine Schlafstadt - Überforderte Verwaltung - IHK-Geschäftsführer kritisiert Mängel

<sup>2.10</sup> Tietz, Bruno: Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt am Main, 1992, S. 77

## **2.3. Bewertung des Entwicklungsprozesses**

### **2.3.1 Klassifizierung der Entwicklungsetappen**

Zusammenfassend läßt sich die bisherige Umstrukturierung des Handels in Thüringen in Relation zur Standort- und Unternehmensentwicklung und Einflußnahmen durch das Land Thüringen in **Abbildung 2.18** charakterisieren.

### **2.3.2 Standort- und Flächenentwicklung**

#### **2.3.2.1 Quantitative Betrachtung des Gesamthandelsbesatzes**

Die Entwicklung bzw. Umstrukturierung der Einzelhandelsflächen in Thüringen ist in seinen Dimensionen und in der kurzen Entwicklungszeit von knapp 9 Jahren besonders bemerkenswert. Im Zeitraffer hat sich eine Entwicklung vollzogen, die in den Alten Bundesländern fast 50 Jahre gedauert hat. Demzufolge haben sich Betriebsformen und Standorte etabliert, die nur unter rein handelsbetriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten realisiert wurden.

Hatte Thüringen 1998 eine Verkaufsfläche von ca. 750.000 m<sup>2</sup> (Rechnerischer Ansatz: 0,3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner mal 2,5 Mio. Einwohner in Thüringen), so wurde dieser Wert inzwischen verfünffacht und beträgt nunmehr 3.747.071 m<sup>2</sup>. Dabei steht der Anteil an großflächigem Einzelhandel nominal mit 2.658.284 m<sup>2</sup> zu Buche, was einem Anteil von 70,9 % des Gesamthandelsbesatzes entspricht. Grundlage dieser Ermittlungen waren Untersuchungen der 3 Industrie- und Handelskammern Thüringens zum Gesamthandelsbesatz in ihren jeweiligen Kammerbezirken aus dem Jahr 1997. In den **Abbildungen 2.19 - 2.20** wurden die Verkaufsflächen, gegliedert nach Landkreisen, unterteilt in Planungsregionen erfaßt und dem jeweiligen Einwohnerpotential gegenübergestellt. Es fällt auf, dass die Planungsregionen Ost- und Südthüringen den höchsten Flächenanteil an großflächigem Einzelhandel besitzen. Erst dann folgen Mittelthüringen und Nordthüringen. Dies ist auch ein Zeichen dafür, wie unterschiedlich dort mit Ansiedlungsgenehmigungen umgegangen wurde, bzw. durch die beteiligten Träger öffentlicher Belange wie auch die IHK beeinflusst wurde. Vergleiche hierzu auch **2.2.1.2.1** und **2.2.1.2.2**.

Im Gesamtansatz hat Thüringen eine Flächenexpansion erfahren, bei der großflächig orientierte randstädtische Flächenanteil ca. 71% beträgt, während 29 % der Flächen innerstädtischen Einzelhandel beinhalten. Vergleichsweise liegt der Anteil des innerstädtischen Einzelhandels in den Alten Ländern bei 50 - 60 %. Weitere Vergleichswerte sind die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Hier haben die thüringer Städte unterschiedliche Ausstattungswerte, die vor allen Dingen wiederum aus der mehr oder weniger resoluten Verfahrensweise bei Ansiedlungsbegehren herrühren. **Abbildung 2.21** verdeutlicht die Verteilung der Handelsflächen nach Standortlage, bezogen auf Landkreise und kreisfreie Städte in Thüringen.

### Abbildung 2.18

Klassifizierung der Entwicklungsetappen in der Handelsstrukturentwicklung Thüringens

Quelle: Eigener Entwurf

E-TAPPE	STANDORT-ENTWICKLUNG	UNTER-NEHMEN	LANDESMASSNAHMEN
<b>1. ETAPPE VON 1989 - 1991</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handelsprovisorien</li> <li>in Zelten, Industrie- und Landwirtschaftsbereichen</li> <li>an Standorten außerhalb der Städte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Privatisierung des sozialistischen Handels</li> <li>Treuhand-Verkäufe über die GPH</li> <li>Einstieg bundesdeutscher Handelsunternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung des Baurechts der Alten Bundesländer per 20.06.1990</li> <li>Thüringer Landesplanungsgesetz vom 17.07.1991</li> <li>Landesregionenverordnung vom 22.08.1991</li> <li>1. Entwurf des Landesentwicklungsprogrammes (LEP) Stand November 1991</li> </ul>
<b>2. ETAPPE VON 1992 - 1993</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsolidierung der randstädtischen Lagen und deren großzügiger Flächenerweiterung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abschluß der Unternehmensverkäufe durch die Treuhand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Richtlinie über die Verfahrensweise bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Landesplanungs- und Baurecht vom 01.07.1992</li> <li>Thüringer Neugliederungsgesetz vom 15.07.1993 (Vollzug der Gebietsreform)</li> <li>Landesentwicklungsprogramm vom 10.11.1993</li> </ul>
<b>3. ETAPPE VON 1994 - 1995</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baurechtliche Sicherstellung nichtintegrierter Standorte und</li> <li>Baurealisierungen wegen Standortgenehmigungen aus den ersten Jahren der Landesbildung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vollständiges Etablieren westdeutscher Betriebssysteme, beginnend mit neuen Standorten der Logistikzentralen bis hin zu neuen Einkaufsmärkten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raumfenster Einzelhandel als Bewertungsgrundlage für raumvertretbare Verkaufsflächengrößen: Landesverwaltungsamt Thüringen, April 1995</li> <li>Thüringer Bauordnung (ThürBO) vom 03. Juni 1994</li> </ul>
<b>4. ETAPPE Ab 1996</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trend zur großflächigen Handelsentwicklung in die Innenstädte hinein, auch auf Grund restriktiver Vorgehensweisen der Kommunen bei Ansiedlungsbegehren in der Peripherie</li> <li>Revitalisierung v. Gewerbebereichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verstärkter Konkurrenzkampf</li> <li>Beginnende Schließung peripherer Handelsstandorte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Thüringer Innenstadtinitiative“ 27.09.1997</li> </ul>

### Abbildung 2.19

Großflächiger Einzelhandel in Thüringen: Gliederung nach Planungsregionen

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Erhebungen der IHK Erfurt, IHK Ostthüringen zu Gera, IHK Südthüringen - Suhl, Ermittlungszeitraum: Sommer 1997

Landkreis	Einwohnerzahl Stand: 31.12.1995	Lebensmittel-, SB-Märkte m²-VfI	Bau-, Gartenmärkte m²-VfI	Möbelmärkte m²-VfI	Sonstige m²-VfI	Gesamt m²-VfI	m²-VfI je Einwohner
Eichsfeld	117.588	27.938	16.250	20.314	10.538	75.040	0,64
Nordhausen	101.870	31.311	31.900	22.715	3.735	89.661	0,88
Kyffhäuserkreis	98.144	20.724	17.820	12.200	4.942	55.686	0,57
Unstrut-Hainich-Kreis	122.229	28.761	34.525	30.404	12.638	106.328	0,87
<b>Nordthüringen</b>	<b>439.831</b>					<b>326.715</b>	<b>0,74</b>
Sömmerda	82.635	11.581	15.535	41.440	1.867	70.423	0,85
Gotha	148.373	49.680	57.900	36.270	24.558	168.408	1,14
Erfurt	211.108	83.700	56.650	81.700	102.180	324.230	1,54
Weimar	62.122	21.500	15.800	19.400	11.350	68.050	1,10
Weimar-Land	89.261	3.900	2.900	40.200	1.738	48.738	0,55
Ilm-Kreis	123.390	29.315	13.730	9.940	11.240	64.225	0,52
<b>Mittelthüringen</b>	<b>716.889</b>					<b>744.074</b>	<b>1,04</b>
Wartburgkreis	194.397	62.896	60.870	34.000	39.200	196.966	1,01
Schmalkalden-Meiningen	146.868	47.625	31.100	29.850	26.035	134.610	0,92
Suhl	53.591	27.300	18.500	31.000	43.515	120.315	2,25
Hildburghausen	75.168	23.181	12.735	24.130	14.550	74.596	0,99
Sonneberg	70.721	28.240	12.600	22.500	10.350	73.690	1,04
<b>Südthüringen</b>	<b>540.745</b>					<b>600.177</b>	<b>1,11</b>
Saalfeld-Rudolstadt	139.040	36.095	25.460	37.415	21.207	120.177	0,86
Jena	101.061	48.305	42.260	39.900	51.250	181.715	1,80
Saale-Holzland-Kreis	92.226	23.966	28.156	19.077	13.940	85.139	0,92
Saale-Orla-Kreis	102.247	27.778	25.240	9.153	31.208	93.379	0,91
Gera	123.555	50.850	36.312	66.070	67.365	220.597	1,79
Greiz	127.536	36.796	12.625	33.975	27.992	111.388	0,87
Altenburger Land	120.655	44.794	47.703	44.975	37.451	174.923	1,45
<b>Ostthüringen</b>	<b>806.320</b>					<b>987.318</b>	<b>1,22</b>
<b>GESAMT</b>	<b>2.503.785</b>	<b>766.236</b>	<b>616.571</b>	<b>706.628</b>	<b>568.849</b>	<b>2.658.284</b>	<b>1,06</b>

VfI = Verkaufsfläche

### Abbildung 2.20

Gesamteinzelhandelsbesatz in Thüringen: Gliederung nach Planungsregionen

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Erhebungen der IHK Erfurt, IHK Ostthüringen zu Gera, IHK Südthüringen - Suhl, Ermittlungszeitraum: Sommer 1997

Landkreis	Einwohnerzahl Stand: 31.12.1995	Lebensmittel-, SB-Märkte m²-VfI	Bau-, Gartenmärkte m²-VfI	Möbelmärkte m²-VfI	Sonstige m²-VfI	Gesamt m²-VfI	m²-VfI je Einwohner
Eichsfeld	117.588	27.938	16.250	20.314	61.971	126.473	1,08
Nordhausen	101.870	31.311	31.900	22.715	41.338	127.264	1,25
Kyffhäuserkreis	98.144	20.724	17.820	12.200	56.462	107.206	1,09
Unstrut-Hainich-Kreis	122.229	28.761	34.525	30.404	61.120	154.810	1,27
<b>Nordthüringen</b>	<b>439.831</b>					<b>515.753</b>	<b>1,17</b>
Sömmerda	82.635	11.581	15.535	41.440	41.570	110.126	1,33
Gotha	148.373	49.680	57.900	36.270	56.640	200.490	1,35
Erfurt	211.108	83.700	56.650	81.700	233.067	455.117	2,16
Weimar	62.122	21.500	15.800	19.400	44.020	100.720	1,62
Weimar-Land	89.261	3.900	2.900	40.200	36.038	83.038	0,93
Ilm-Kreis	123.390	29.315	13.730	9.940	66.240	119.225	0,97
<b>Mittelthüringen</b>	<b>716.889</b>					<b>1.068.716</b>	<b>1,49</b>
Wartburgkreis	194.397	62.896	60.870	34.000	95.622	253.388	1,30
Schmalkalden-Meiningen	146.868	47.625	31.100	29.850	92.125	200.700	1,37
Suhl	53.591	27.300	18.500	31.000	67.630	144.430	2,70
Hildburghausen	75.168	23.181	12.735	24.130	48.375	108.421	1,44
Sonneberg	70.721	28.240	12.600	22.500	42.175	105.515	1,49
<b>Südthüringen</b>	<b>540.745</b>					<b>812.454</b>	<b>1,50</b>
Saalfeld-Rudolstadt	139.040	36.095	25.460	37.415	82.957	181.927	1,31
Jena	101.061	48.305	42.260	39.900	93.970	224.435	2,22
Saale-Holzland-Kreis	92.226	23.966	28.156	19.077	57.290	128.489	1,39
Saale-Orla-Kreis	102.247	27.778	25.240	9.153	83.508	145.679	1,42
Gera	123.555	50.850	36.312	66.070	120.525	273.757	2,22
Greiz	127.536	36.796	12.625	33.975	89.742	173.138	1,36
Altenburger Land	120.655	44.794	47.703	44.975	85.251	222.723	1,85
<b>Ostthüringen</b>	<b>806.320</b>					<b>1.350.148</b>	<b>1,67</b>
<b>GESAMT</b>	<b>2.503.785</b>	<b>766.236</b>	<b>616.571</b>	<b>706.628</b>	<b>1.657.636</b>	<b>3.747.071</b>	<b>1,50</b>

VfI = Verkaufsfläche

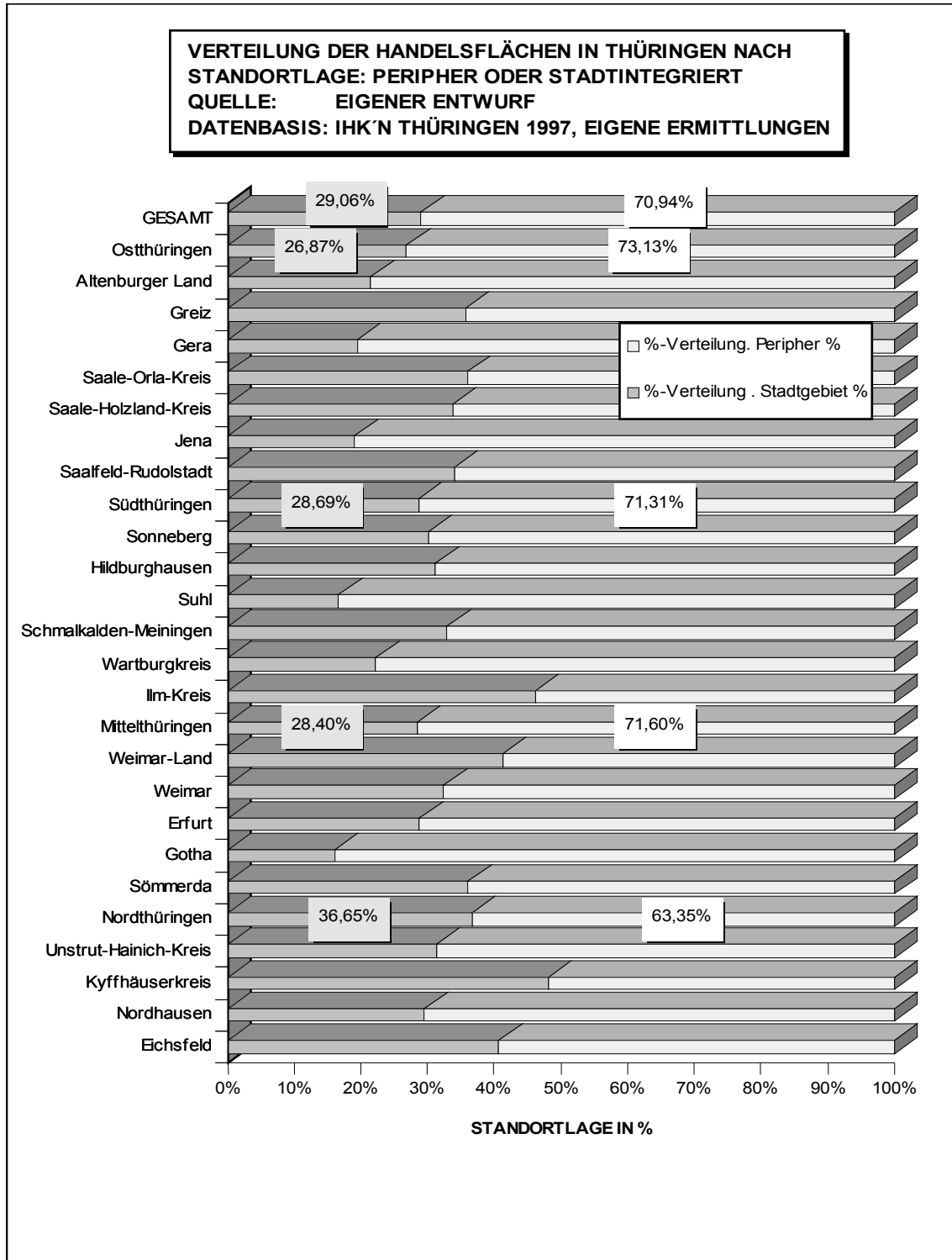
Dabei wird deutlich, dass besonders in Nordthüringen knapp 37 % der Handelsflächen peripher eingeordnet wurden, während in Ostthüringen lediglich 27 % stadtorientierter Handel gebaut wurde. Den Spitzenplatz in der Ansiedlung zentraler Handelsbereiche in den Städten selbst belegt der Kyffhäuserkreis mit 48,0 %, gefolgt vom Ilm-Kreis mit 46,13 %, während der Landkreis Gotha mit nur 16 %, gefolgt von der kreisfreien Stadt Suhl mit 16,7 % und der kreisfreien Stadt Jena mit 19,42 % die untere Skala anführen.



### Abbildung 2.21

Verteilung der Handelsflächen in Thüringen nach Standortlage: Stadtintegriert oder Peripher

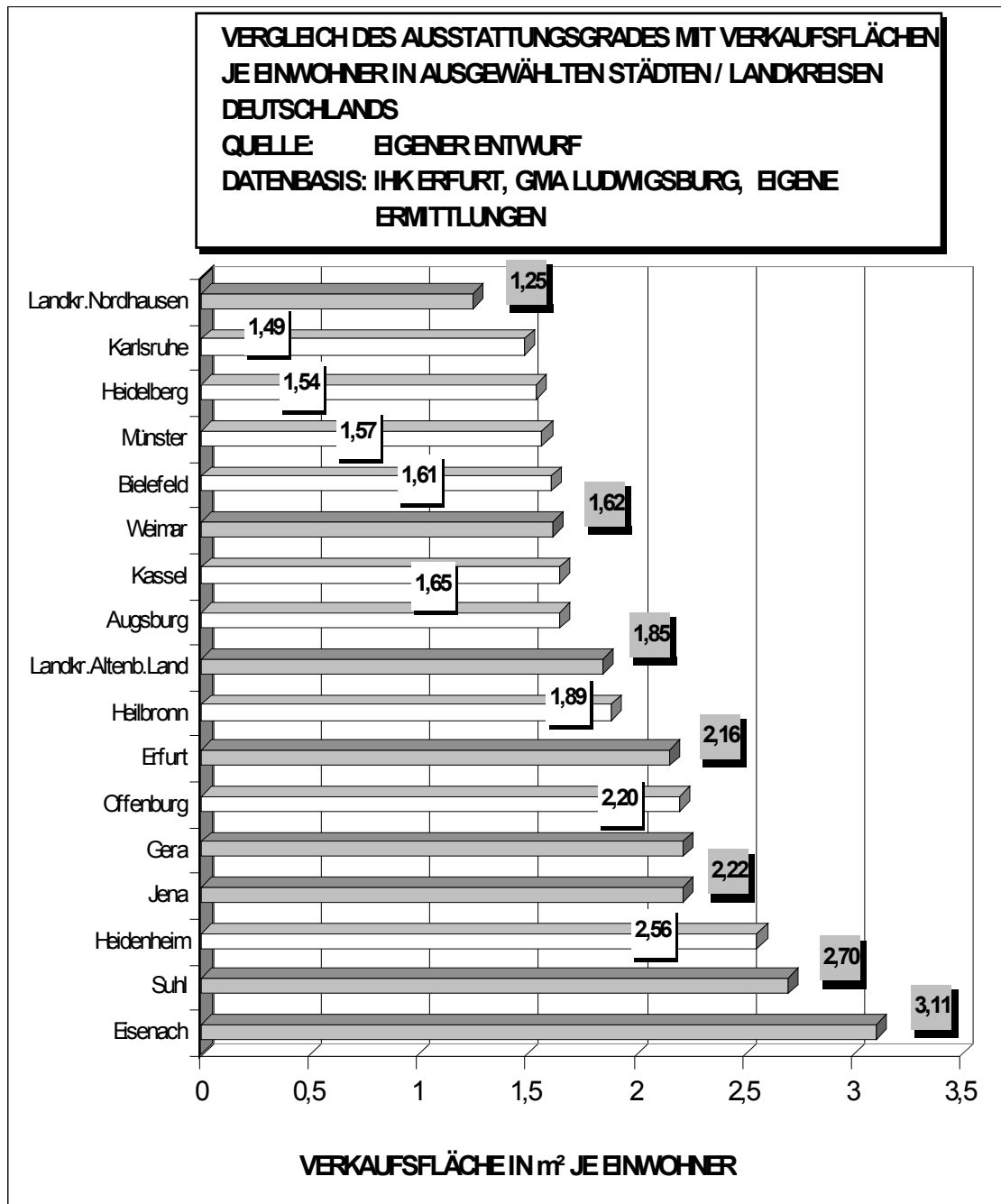
Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: IHK'n Thüringen 1997, Eigene Ermittlungen



**Abbildung 2.22**

Vergleich des Ausstattungsgrades mit Verkaufsflächen je Einwohner in ausgewählten Städten und Landkreisen Deutschlands

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: IHK Erfurt, GMA Ludwigsburg, Eigene Ermittlungen



Der Vergleich der Handelsflächen bezogen auf die Einwohnerzahl fällt noch gravierender aus. Vergleiche hierzu **Abbildung 2.22**. Selbst dünnbesiedelte Landkreise haben einen Handelsbesatz der durchaus mit gewachsenen Oberzentren der Alten Länder vergleichbar ist. Trauriger Spitzenreiter ist die Stadt Eisenach mit 3,11 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Das Ergebnis resultiert aus Inkonsequenz gegenüber den Umlandgemeinden bei der Ansiedlung großflächigen Einzelhandels und weiterer Forderungen nach Flächensteigerungen an peripheren Standorten, vgl. hierzu auch **2.2.1.1.1** und **2.2.1.3.1**.

Diese Vergleiche mit dem Handelsbesatz in Städten der alten Länder sind allerdings differenziert zu betrachten. Während für die Untersuchung der thüringer Situation sämtliche Handelsflächen erfaßt wurden, liegt zumindestens bei einigen Städten der Alten Länder der Schluß nahe, dass dort erst ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße erfaßt wurde <sup>2.50</sup>.

---

<sup>2.50</sup> Handelsblatt vom 2.2.1996: Perspektiven in der Region Berlin-Brandenburg sind keineswegs rosig: Drohendes Überangebot an Verkaufsfläche

### 2.3.2.2 Quantitative Betrachtung des Landschaftsverbrauchs

Betrachtet man nur die Verkaufsfläche der neu geschaffenen Handelsflächen im peripheren Bereich und ordnet den Flächenverbrauch an ruhendem Verkehr und anderen Funktionen hinzu, sind in Thüringen mindestens **4,6 Mill. m<sup>2</sup> Landschaft** verbraucht worden (Verhältnis Verkaufsfläche zu Parkstellplätzen 1:1,8<sup>2.51</sup>).

Gerade dieser immense Flächenverzehr, der mittlerweile zwar in weitaus geringerem Tempo voranschreitet, ist eines der ungelösten Grundprobleme der Raumordnung. Aufgrund seiner Kontinuität findet er wenig Beachtung. Flächenverbrauch, Bebauung welcher Art auch immer, initiiert sofort neue Verkehrsströme und damit weitere Umweltbelastung.

**Ziel muß es sein, die weitere Flächeninanspruchnahme zu stoppen und neue Regularien für eine kompakte Stadt- und Raumordnung zu implementieren, bzw. die vorhandenen effizient auszuschöpfen.**

### 2.3.2.3 Qualitative Betrachtung des Gesamthandelsbesatzes

Die Ansiedlungsentwicklung vollzog sich in den einzelnen Landkreisen und kreisfreien Städten mit unterschiedlicher Dynamik. Während in den Siedlungsschwerpunkten Erfurt, Jena, Gera eine Flächenkonzentration insbesondere der Lebensmittel-, Möbel- und Bau/Gartenmärkte zu verzeichnen ist, lief in den umliegenden Landkreisen diese Entwicklung nicht mit dieser Intensität ab. Die **Abbildungen 2.19** und **2.20** stellen diese Entwicklung zahlenmäßig und die **Anlagen 2.17** und **2.18** graphisch dar.

#### • Peripher

Es ist festzustellen, daß sich der großflächige Einzelhandel insbesondere **an** den Siedlungszentren entlang der Hauptverkehrsachsen A 4 und A 9 überproportional entwickelt hat.

Im Einzelvergleich der untersuchten Branchen zeigten sich folgende Ergebnisse.

<b>LEBENSMITTEL-, SB-MÄRKTE</b>			
<b>DURCHSCHNITTSWERT ALLER LANDKREISE/KREISFREIEN STÄDTE</b>			
0,30 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner			
<b>NIEDRIGSTE WERTE</b>		<b>HÖCHSTE WERTE</b>	
m <sup>2</sup> VFL/Einwohner		m <sup>2</sup> VFL/Einwohner	
Weimarer Land	0,04	Suhl	0,51
Sömmerda	0,14	Gera	0,41
Ilm-Kreis	0,24	Sonneberg/Erfurt	0,40

<sup>2.51</sup> Handel aktuell '97, S. 72

<b>BAU- UND GARTENMÄRKTE</b>			
DURCHSCHNITTSWERT ALLER LANDKREISE/KREISFREIEN STÄDTE 0,24 m² Verkaufsfläche je Einwohner			
NIEDRIGSTE WERTE m² VFL/Einwohner		HÖCHSTE WERTE m² VFL/Einwohner	
Greiz	0,10	Jena	0,42
Ilm-Kreis	0,11	Altenburger Land	0,40
Hildburghausen	0,18	Gotha	0,39

<b>MÖBELMÄRKTE</b>			
DURCHSCHNITTSWERT ALLER LANDKREISE/KREISFREIEN STÄDTE 0,27 m² Verkaufsfläche je Einwohner			
NIEDRIGSTE WERTE m² VFL/Einwohner		HÖCHSTE WERTE m² VFL/Einwohner	
Ilm-Kreis	0,08	Suhl	0,58
Saale-Orla-Kreis	0,09	Gera	0,53
Kyffhäuserkreis	0,12	Sömmerda	0,50

- **Stadtzentral**

In der Kategorie Sonstige Handelsflächen wurden die Flächen mit Innenstadtrelevanz, wie z. B. der Textilbereich zusammengefaßt. Es fällt auf, dass in den kreisfreien Städten Suhl (bedingt durch den Neubau des innerstädtischen Einkaufszentrums Lauterbogen-Center) mit 0,81, Gera (Gera-Arcaden) mit 0,55, Jena (Goethe-Galerie) mit 0,51 und Erfurt (Forum am Anger, Anger 1) mit 0,48 die Maximalwerte von Verkaufsfläche je Einwohner erreicht wurden.

Die Stadt Weimar liegt mit dem Wert von 0,18 abgeschlagen im unteren Mittelfeld. Damit ist auch rechnerisch nochmals der Nachweis angetreten, dass die stadtzentrale Handelsstruktur noch erheblichen Nachholebedarf besitzt und im Weimarer Umland diese Funktionen ebenfalls nicht aufgebaut wurden.

<b>SONSTIGE HANDELSFLÄCHEN</b>			
DURCHSCHNITTSWERT ALLER LANDKREISE/KREISFREIEN STÄDTE 0,21 m² Verkaufsfläche je Einwohner			
NIEDRIGSTE WERTE m² VFL/Einwohner		HÖCHSTE WERTE m² VFL/Einwohner	
Weimarer Land	0,02	Suhl	0,81
Nordhausen	0,04	Gera	0,55
Kyffhäuserkreis	0,05	Jena	0,51

- **Ausgewogenheit der Handelsstruktur unter Beachtung der Zentralität des Ortes**

Mit der Baugenehmigungserteilung für Handelsflächen großflächiger Struktur in Gemeinden ohne Zentralität wurde der Grundstein für die noch heute existierenden Disparitäten gelegt - auch wenn diese Gemeinden inzwischen eingemeindet wurden. Diese Standorte stellen für Neuansiedlungen in den Innenstädten eine Gefahr dar. Schon durch ihre faktische Kaufkraftbindung werden weitere Handelsanbieter in den Markt nur schwerlich einsteigen, es sei denn der Anbieter verspricht sich neue Absatzbereiche.

Erhebliche Strukturveränderungen in der Handelslandschaft, hervorgerufen durch weltweite Handelsfusionen, die auch in Deutschland bemerkbar sind (Start von Wal Mart als weltgrößtem Handelskonzern in Deutschland; erkennbarer Rückzug der Metro auf ihr Kerngeschäft: vgl. hierzu **Anlage 3.5**) werden zu weitreichenden Umstrukturierungen führen. Diese Entwicklung wird über kurz oder lang auch in der thüringer Handelslandschaft spürbar werden. Nur sehr zögerlich etablieren sich bisher Handelsanbieter, die in mittleren bis hochpreisigen Segmenten angesiedelt sind. Ursache ist einerseits die geringere Kaufkraft (vergleiche hierzu **Anlage 4.1**) andererseits die überproportionale Marktabsättigung durch Billig- bis Mittelpreisanbieter. Besonders im Textilbereich läßt sich diese Struktur nachvollziehen. Die thüringer Städte lassen nach wie vor eine Ausgewogenheit im Branchenmix vermissen. Vielfach fehlen Teilsegmente die vor 1989 nicht besetzt waren, resultierend aus nicht vorhandenen Angeboten als auch aus nicht vorhandenen Verkaufsflächen. Signifikant dafür ist auch der relativ hohe Anteil der Inanspruchnahme des Versandhandels, wie die Untersuchungen von MEYER für die Stadt Jena beweisen<sup>2.49</sup>. Die Stadt Erfurt erleichtert hier Existenzgründern im Handelsbereich ihre Entscheidung durch Nennung der Fehlbereiche<sup>2.52</sup>. Dieser Prozeß bedarf einiger Unterstützung, ansonsten wird eine Ausgewogenheit nicht erreicht werden können.

Als gegenläufiger Trend ist die weitere Uniformität der Stadtzentren durch die sogenannte **Filialisierung** von Handelsketten als auch die Ansiedlung von Billiganbietern zu sehen. In der Hauptsache erfolgt diese Entwicklung im Bereich der "Textilisierung". Andere Branchen werden dadurch aus den zentralen Bereichen vertrieben, resultierend aus den Mietpreisforderungen bzw. der Zahlungsmöglichkeiten durch die Mietparteien. Eine Gegensteuerung kann nur durch Unterstützung eines einheimischen Mittelstandes erfolgen.

**Die Steuerung dieses Prozesses ist schwierig, da die Städte mit dem jetzt existierenden Handelsstrukturen versuchen müssen, Rahmenbedingungen für eine Revitalisierung zu setzen.**

**Es fehlt dabei die grundsätzliche Präferenz der Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte.**

---

<sup>2.49</sup> Meyer, Günter: Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Teil XIII: Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena (1991 - 1996) unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen der Goethe Galerie, in: Geographisches Institut der Universität Mainz, 15. August 1996

<sup>2.52</sup> Landeshauptstadt Erfurt - Stadtverwaltung: Amt für Wirtschaftsförderung: Einzelhandelsbericht Erfurt, Erfassungszeitraum Oktober 1997 - August 1998

#### 2.3.2.4 Entwicklung von Einkaufs-Centern in Thüringen

Mit einer Konzentration von Verkaufsflächen ab 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in einem von Kunden gut angenommenen Branchenmix bei ausreichendem Angebot an PKW-Stellplätzen wird diese Betriebsform weiter expandieren. Einkaufs- bzw. Shopping-Center sind ein tragendes Element der europäischen Handelslandschaft. Deutschlandweit hält dieser Trend einer weiteren Standortexpansion an. Vergleiche hierzu die **Abbildungen 3.18** und **3.19**.

In ihrer Grundkonstellation haben sie folgende Merkmale, wie in **Abbildung 2.23** dargestellt.

#### **Abbildung 2.23**

Allgemeine Merkmale von Einkaufs-Centern

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.51</sup>

<b>DEFINITION:</b>	Handelsversorgungseinrichtung in räumlicher Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben
<b>GRÖSSE:</b>	Großflächig mit mindestens 10.000 m <sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche
<b>ANGEBOTSSTRUKTUR:</b>	Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfes Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen: In der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus)
<b>VERWALTUNG:</b>	Zentrales Managment bzw. Verwaltung, gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (bspw. Werbung)

In der Hauptsache wurden und werden diese Center an peripheren Standorten gebaut.

In Deutschland gibt es über 240 Shopping-Center mit einer Center-Fläche von ca. 7.971.700 m<sup>2</sup> (Stand 31.12.97) <sup>2.53</sup>. Vergleiche hierzu auch **Anlage 3.8**.

Im Zuge der Wiedervereinigung kam es zu einer wahren Shopping-Center-Explosion, mit dem Ergebnis, dass sich die Zahl der Center von 1990 bis 1997 von 95 auf 240 und die Gesamtfläche mehr als verdoppelte. Vergleiche hierzu wiederum die **Abbildungen 3.18** und **3.19**.

Insbesondere die Neuen Länder wurden Spitzenreiter. Führend sind hier hinsichtlich der Dichte (Shopping-Center-Fläche je 1.000 Einwohner) die Bundesländer Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen.

<sup>2.51</sup> Handel aktuell'97, S. 323

<sup>2.53</sup> Pittroff, Rainer: Innenstadt-Center im Aufwind, in: Dynamik im Handel, Heft 5/1998, S. 60

Nominal führt diese Entwicklung Nordrhein-Westfalen mit 37 Centern bei einer Gesamtfläche von 1.235.300 m<sup>2</sup> an, gefolgt von Sachsen (947.300 m<sup>2</sup>) und Brandenburg (739.200 m<sup>2</sup>).

Besonders umfänglich und damit stadtentwicklungsabträglich, zeigte sich diese Entwicklung im Freistaat Sachsen. Dort wurden die verkaufsflächenmäßig größten Einkaufszentren an nichtintegrierten Standorten errichtet.

Mit 133.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (inklusive IKEA und Möbel-Höffner) ist z.B. der Saale-Park in Günthersdorf bei Leipzig das größte Einkaufszentrum Deutschlands.

Im gesamtdeutschen Vergleich haben die Neuen Länder den höchsten Anteil an Shopping-Center-Verkaufsflächen je Einwohner. Brandenburg hat mit 291 m<sup>2</sup> Center-Fläche je 1000 Einwohner den Spitzenwert, Thüringen mit nur 116 m<sup>2</sup> den letzten Platz unter den Neuen Ländern. Vgl. **Anlage 2.19**.

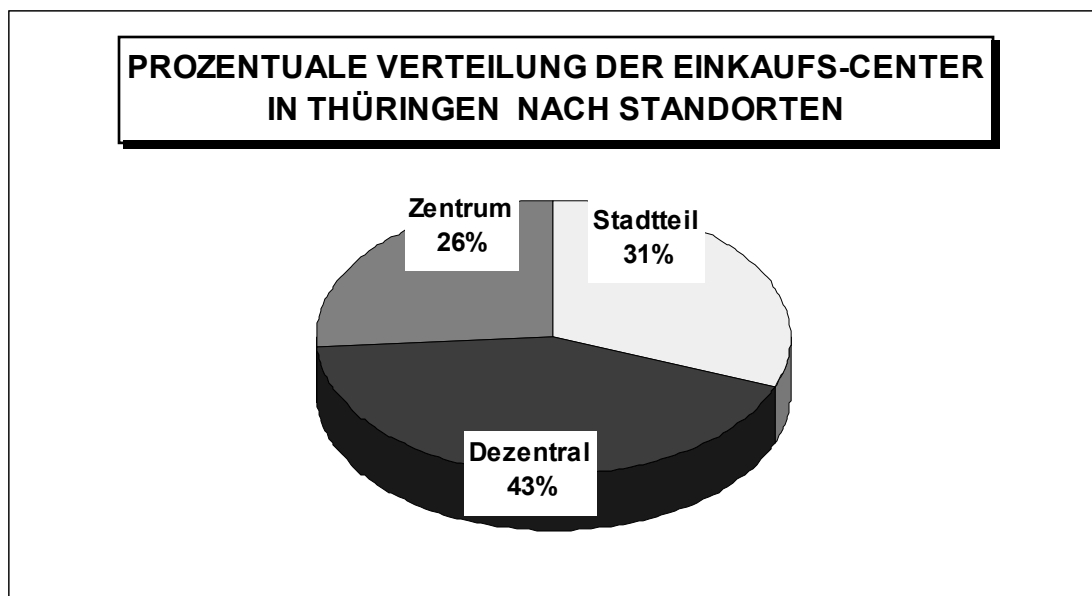
Gründe hierfür liegen in der geringeren Einwohnerzahl und -dichte im Freistaat, die die Großinvestoren bzw. Betreiber, zuerst in die ostdeutschen Ballungsgebiete um Leipzig, Dresden und Halle bzw. Berlin haben ziehen lassen. Dort wurden den Ansiedlungsbegehren weniger Hürden als z.B. in Thüringen auferlegt. Außerdem war die Entwicklung Egstedt bei Erfurt für viele Investoren ein Fanal erster Güte aber für die grundsätzliche Sicherung des Standortes Innenstadt in Thüringen ein positives Zeichen. Vergleiche hierzu **Anlage 2.2**. Die in Thüringen gebauten Einkaufs-Center sind in **Abbildung 2.25** aufgelistet.

Im Standortvergleich fällt dort auf, daß trotzdem 43 % der Standorte dezentral realisiert wurden, während nur 25 % im Zentrum liegen (**Abbildung 2.24**). Allerdings ist seit 1996 ein Trend zur Innenstadtansiedlung zu verzeichnen.

#### **Abbildung 2.24**

Standortverteilung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: IHK'n Thüringen 1997/98





### Abbildung 2.25

#### Einkaufs-Center in Thüringen

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial <sup>2.54</sup>

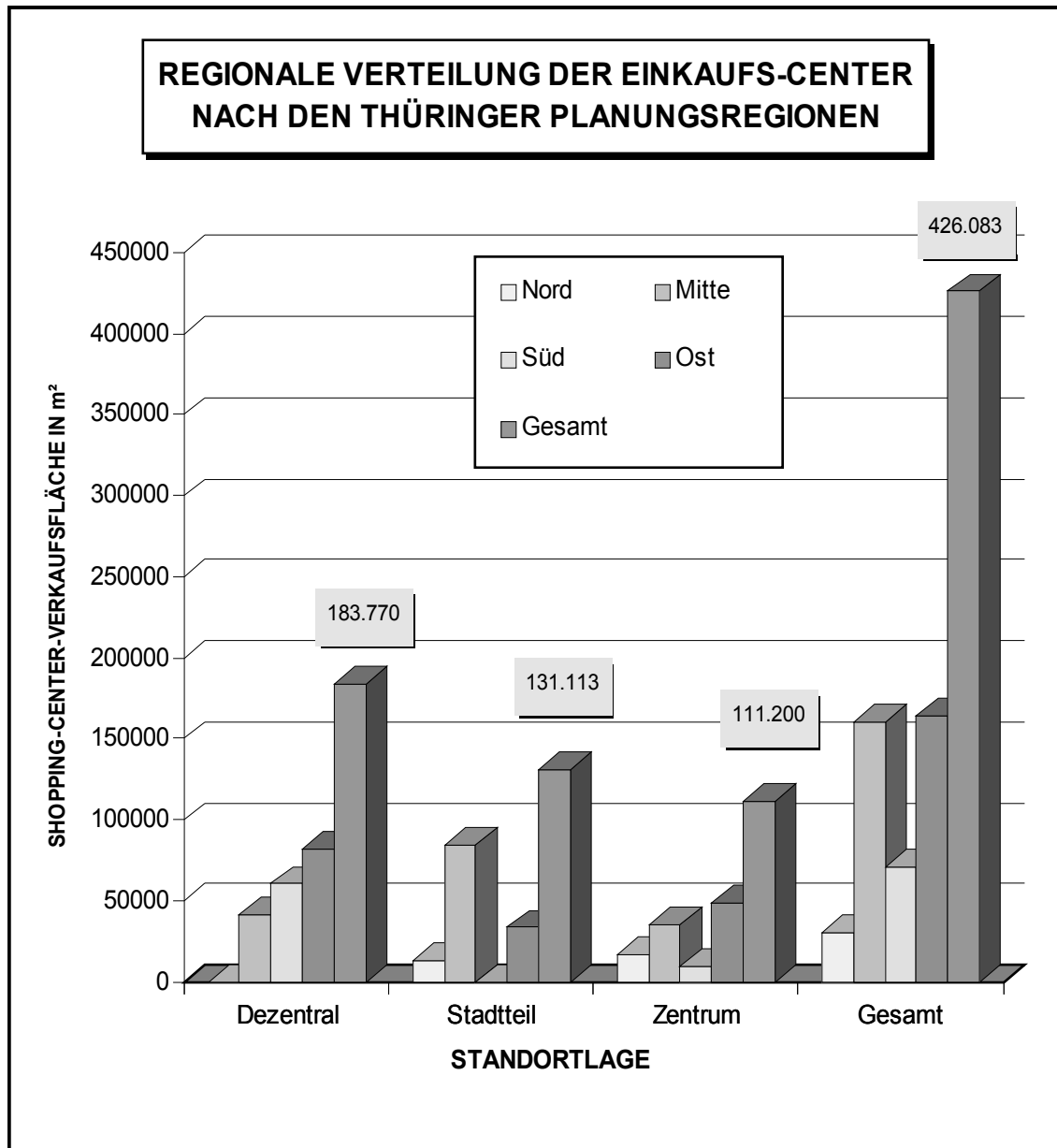
CENTER	STADT	PLAN- REGI- ON	EW- ZAHL	STAND- ORT	ERÖFF- NUNG	VERK.- FLÄCHE (VFL: m²)
Gera-Arcaden	Gera	Ost	122.583	Zentrum	1998	30.000
Burgau-Park	Jena	Ost	100.874	Dezentral	1995	25.750
PEP Hötzelroda (incl. OPTI-Wohn- welt mit 8.800 m²)	Eisenach, Ortsteil Hötzelroda	Mitte	45.337	Dezentral	1993	25.600
Lobe-Center (incl. Wohnwelt mit 14.800 m²)	Jena	Ost	100.874	Dezentral	1994	24.660
TEC-Thüringer Einkaufscenter	Erfurt	Mitte	211.108	Stadtteil	1996	24.000
EKZ Marktkauf (incl. Wohnwelt Möbel 8.000 m²)	Sonneberg	Süd	25.455	Dezentral	1994	24.000
Thüringenpark	Erfurt	Mitte	211.108	Stadtteil	1994	23.500
Forum am Anger	Erfurt	Mitte	211.108	Zentrum	ab 1999	23.000
EKZ Marktkauf	Eisenach	Mitte	45.337	Stadtteil	1993	21.183
EKZ Marktkauf	Saalfeld	Süd	32.036	Dezentral	1994	20.360
Golde- Einkaufszentrum	Gera	Ost	122.583	Stadtteil	1995	20.000
Goethe-Galerie	Jena	Ost	100.874	Zentrum	1996	19.200
Bieblach-Center	Gera	Ost	122.583	Dezentral	1994	17.100
Südharz Galerie	Nordhausen	Nord	47.324	Zentrum	1995	17.000
EKZ Marktkauf (incl. Wohnwelt Möbel 6.000 m²)	Suhl	Süd	54.379	Dezentral	1995	16.300
Süßenborn EKZ	Weimar	Mitte	62.122	Dezentral	1994	15.800
Classic-Center	Weimar	Mitte	62.122	Stadtteil	1994	15.500
Kaufpark Gera	Gera	Ost	122.583	Dezentral	1991	14.200
Schillerpassage	Jena	Ost	100.874	Stadtteil	1994	13.700
EKZ Marktkauf	Nordhausen	Nord	47.324	Stadtteil	1995	13.230
Anger 1	Erfurt			Zentrum	ab 1999	12.000
Lauterbogen-C.	Suhl	Süd	54.379	Zentrum	1996	10.000
<b>Summe</b>	<b>( in m²)</b>				<b>100 %</b>	<b>426.083</b>
<b>davon Stadtteil</b>	<b>( in m²)</b>				<b>30,77 %</b>	<b>131.113</b>
<b>Dezentral</b>	<b>( in m²)</b>				<b>43,13 %</b>	<b>183.770</b>
<b>Innenstadt</b>	<b>( in m²)</b>				<b>26,00 %</b>	<b>111.200</b>

<sup>2.54</sup> IHK'n Thüringen, 1998, Informationen des German Council of Shopping Centers e.V., Stand November 1998, Eigene Ermittlungen

### Abbildung 2.26

Regionale Verteilung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: IHK`n Thüringen, Eigene Ermittlungen

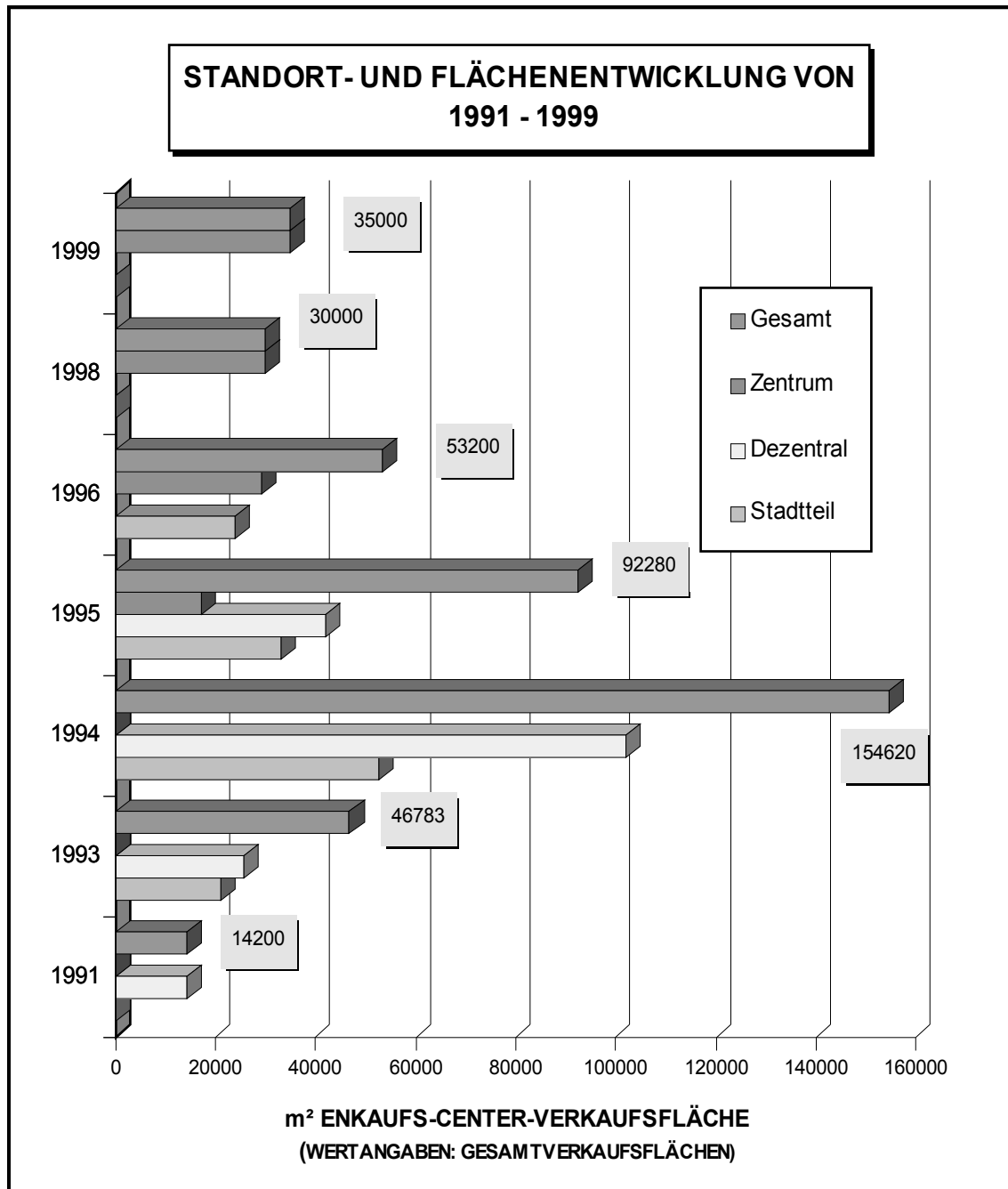


Bei der regionalen Verteilung nach Planungsregionen (**Abbildung 2.26**) fällt auf, dass in den Planungsregionen Mitte und Ost annähernd der gleiche Flächenanteil an Verkaufsflächen realisiert wurde, im Einzelnen aber der Anteil an dezentralen Standorten in der Ostregion dominiert. Die Stadtteilzentren wurden hauptsächlich in der Planungsregion Mitte gebaut. Die in den Stadtzentren realisierten Einkaufs-Center überwiegen in der Ostregion, bedingt durch die Standorte Gera-Arcaden, bzw. Goethe-Galerie.

**Abbildung 2.27**

Standort- und Flächenentwicklung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: IHK`n Thüringen, Eigene Ermittlungen



Aus der Entwicklungsdarstellung in Abhängigkeit von der zeitlichen Realisierung (**Abbildung 2.27**) läßt sich ableiten, dass bis 1995 eine Hochzeit der peripheren und Stadtteil-Shopping-Center war. Erst seit 1996 werden nur noch innerstädtische Einkaufs-Zentren marktwirksam.

### 2.3.2.5 Wertung der Standort- und Flächenentwicklung

<b>ERGEBNISSE DER STANDORT- UND FLÄCHENENTWICKLUNG IN THÜRINGEN</b>
<p>Innerhalb kürzester Zeit ist eine Handelsstruktur geschaffen worden, die eindeutig durch den Anteil von großflächigem Einzelhandel an peripheren Standorten dominiert wird.</p>
<p>Circa 4,6 Millionen m<sup>2</sup> Landschaft sind durch die bisherige Handelsentwicklung verbraucht worden - nicht eingerechnet die Flächen für zusätzliche Verkehrswege.</p>
<p>Der Gesamthandelsbesatz betrug 1998 ca. 3,75 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsraumfläche. Das entsprach einem Verkaufsflächenbestand je Einwohner von 1,5 m<sup>2</sup>. Die regionalen Unterschiede waren dabei besonders deutlich. So betrug dieser Wert in Nordthüringen nur 1,17 m<sup>2</sup> je Einwohner, während er in Ostthüringen einen Wert von 1,67 erreichte. Für Mittelthüringen lag er bei 1,49 und für Südthüringen bei 1,50. Im Vergleich dazu betrug 1998 der Verkaufsflächenbestand je Einwohner in den Alten Ländern 1,31 m<sup>2</sup>.</p>
<p>73 % der Handelsgesamtflächen sind großflächiger Natur und peripher, d.h. nicht stadtstrukturbildend etabliert. Damit konnte die Zentrenentwicklung nicht gestärkt werden. Diese Entwicklung führte zu einer Ausdünnung des innerörtlichen primären Handelsnetzes und zu einem Überbesatz des sekundären außerörtlichen Handelsnetzes.</p>
<p>Die Umlandgemeinden der großen Städte sind durch die absolute Gewährung der Planungshoheit zu den Verursachern dieser unausgewogenen Handelslandschaften geworden. Politische Entscheidungen konterkarierten vielfach die Versuche, eine raumordnerisch ausgewogene Handelsstruktur in Thüringen herzustellen.</p>
<p>Die Flächenentwicklung von Shopping-Centern an den städtischen Randbereichen hat zu einer Ausdünnung des primären Netzes geführt. Deren Anteil am Gesamthandelsbesatz beträgt derzeit 11,4 %.</p>
<p>Erst seit 1996 ist ein verstärkter Trend zur Entwicklung innerstädtischer Standorte zu verzeichnen.</p>
<p>Die innerstädtischen Standortentwicklungen werden weiterhin durch Verzerrung der Wettbewerbsbedingungen gegenüber randstädtischen Standorten maßgeblich behindert. Dazu gehören Landes- bzw. städtische Regelungen, wie z. B. die Stellplatzsatzungen.</p>
<p>Die schwächeren sekundären, traditionellen Einkaufsgebiete des Einzelhandels konnten sich erst gar nicht entwickeln. Stadtstrukturbestimmend auch für den Einzelhandel sind lediglich die historisch gewachsenen Hauptfußgängerachsen.</p>
<p>Im Vergleich der ostdeutschen Handelsstrukturen hat Thüringen nicht die extreme Entwicklung genommen, die in den anderen Neuen Ländern zu einem außergewöhnlichen Überbesatz der peripheren Standorte geführt hat.</p>
<p>Die Ansiedlung von Shopping-Centern in Thüringen ist im gesamtdeutschen Vergleich als eher gering einzuschätzen.</p>
<p>Die Ausgangsbedingungen zu einem Ausgleich der Disparitäten sind in Thüringen demzufolge eher günstiger.</p>

### **ERGEBNISSE DER STANDORT- UND FLÄCHENENTWICKLUNG UNTER BEACHTUNG VON RAUMORDNUNG UND STADTENTWICKLUNG**

Ziel der Wirtschaftspolitik sowie der Landesplanung und der Stadtentwicklung ist es, in allen Teilen der Bundesrepublik Deutschland, ebenso auch in Thüringen, die Voraussetzungen für gleichwertige Lebensbedingungen zu schaffen. Ziel ist es weiterhin, eine bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung zu sichern. Dazu leistet der Einzelhandel bei der Versorgung der Haushalte mit Gütern aller Bedarfsarten den entscheidenden Beitrag.

Eines der Grundprinzipien der Handelsentwicklung ist die Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte.

Im Ergebnis der Standortentwicklung des Einzelhandels wurde die Zentralörtlichkeit der Städte durch die Überbewertung der handelsökonomischen Prämissen in der Ansiedlungspolitik aufgehoben. Die Stadtentwicklung wurde damit konterkariert.

**Die Zentralität der Orte wurde durch die Dezentralität des Handels unterlaufen.  
Ergebnis ist eine Dezentralität der Zentralität.**

Die rein wettbewerbsgesteuerte Strukturierung des Handels hat zu folgenden Ergebnissen geführt, wie:

- einem höheren Konzentrationsgrad der Flächen und Unternehmen
- zu einer stärkeren Filialisierung mit eingeschränktem Betriebsformenmix und
- einem Zentralitätsverlust der Städte.

### 2.3.3 Unternehmensstruktur

Zum Zeitpunkt des Vollzuges der Deutschen Einheit gab es keine grundsätzlichen Vorstellungen eines Neuaufbaues für den Handel, bzw. ein binnenpolitisches Leitbild. Man war sich jedoch darüber einig über die GPH

- die HO zu zerschlagen und zu privatisieren
- den für die Versorgung wichtigen und funktionsfähigen Großhandel auszuhungern und damit so zu eliminieren, bevor eine Privatisierung greifen konnte
- die Konsumgenossenschaften ebenfalls zu privatisieren, wobei durch Intervention der Volkskammer eine Auflösung in großem Umfang verhindert werden konnte.

- **Einzelhandel**

Die Privatisierungsbestrebungen der Treuhand hatten, wie auch in anderen Bereichen keine Vorgaben zur Strukturentwicklung, die letztendlich dann zu dem Ergebnis führten, nur leistungsfähige westdeutsche Filialunternehmen und gut organisierte Verbundgruppen zu etablieren (REWE, Edeka, Spar).

Die Konsumgenossenschaften aus der ehemaligen DDR sind bis auf wenige Ausnahmen zerfallen und in den vollen Niedergang getrieben worden.

Die restriktive Politik der Banken trug noch weiterhin dazu bei, einen einheimischen Mittelstand erst gar nicht aufkommen zu lassen.

Alle ca. 30 Warenhäuser gingen an westdeutsche Warenhausunternehmen über, wobei nicht alle Objekte weiter betrieben wurden. (So wurden die Hortenkaufhäuser in Jena, Halle, Stralsund, Frankfurt/Oder zum 30.06.1996 geschlossen. In Weimar erfolgte die Schließung wegen anfänglicher Umbaumaßnahmen bereits zum 31.01.1996<sup>2.55, 2.56</sup>).

Nur in Nischenbereichen bzw. auf ländliche Regionen beschränkt, konnte sich von Anfang an ein einheimischer Mittelstand bilden ( Z. B. Möbelhandel: Möbel-Hill in Obertrebra auf 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Möbel-Hentrich in Beuren auf 2.500 m<sup>2</sup>, Baustoffhandel: Fliesen-Profi in Tüttleben bei Gotha auf 2.000 m<sup>2</sup>, bzw. Autohandel: Auto-Haus Gitter, Erfurt-Linderbach.

- **Handelsunternehmensentwicklung in Thüringen**

Der Wirtschaftsbereich Handel und Gastgewerbe ist nach wie vor der gründungsfreundlichste Bereich, wie aus **Abbildung 2.28** zu entnehmen ist.

In Relation zur Umsatzentwicklung ist auch die Unternehmensentwicklung zu sehen. Während bis 1994 mehr Handelsunternehmen am Markt teilnahmen als sich abmeldeten, war danach der Saldo aus Unternehmensneugründungen und Unternehmensstillegungen negativ belegt.

Von anfänglich 66 Abmeldungen im Jahr 1995, resultierend aus 11.283 Anmeldungen und 11.349 Abmeldungen, wuchs der Saldo der Abmeldungen um 107 % auf 612 Abmeldungen. Vergleiche hierzu die **Abbildung 2.29**.

---

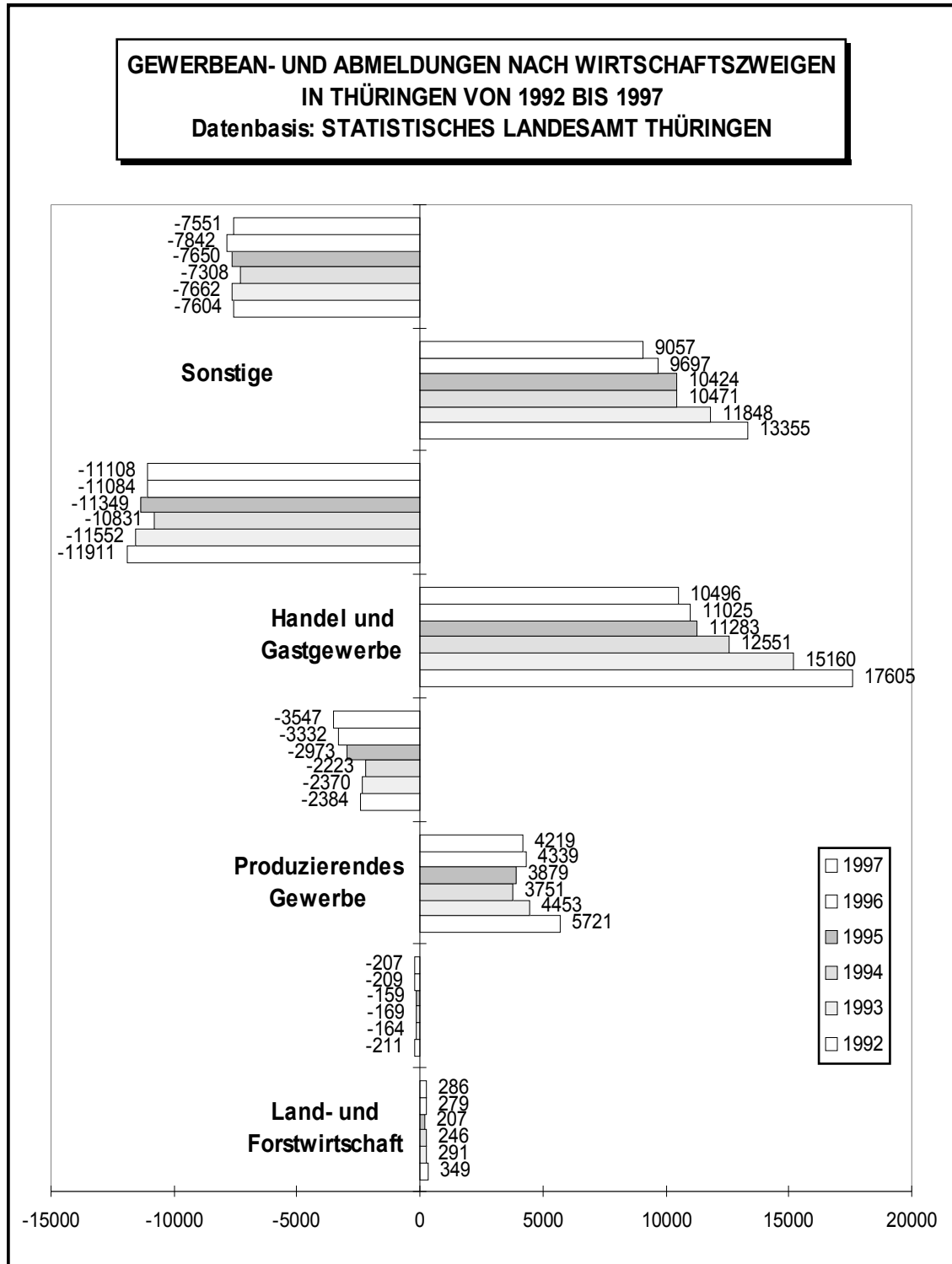
<sup>2.55</sup> Thüringer Allgemeine vom 05.03.1996: Kaufhaus in Jena: Horten droht die Schließung

<sup>2.56</sup> Thüringer Allgemeine vom 27.04.1996: Horten macht Filialen dicht

**Abbildung 2.28**

Gewerbean- und Abmeldungen nach Wirtschaftszweigen in Thüringen von 1992 bis 1997

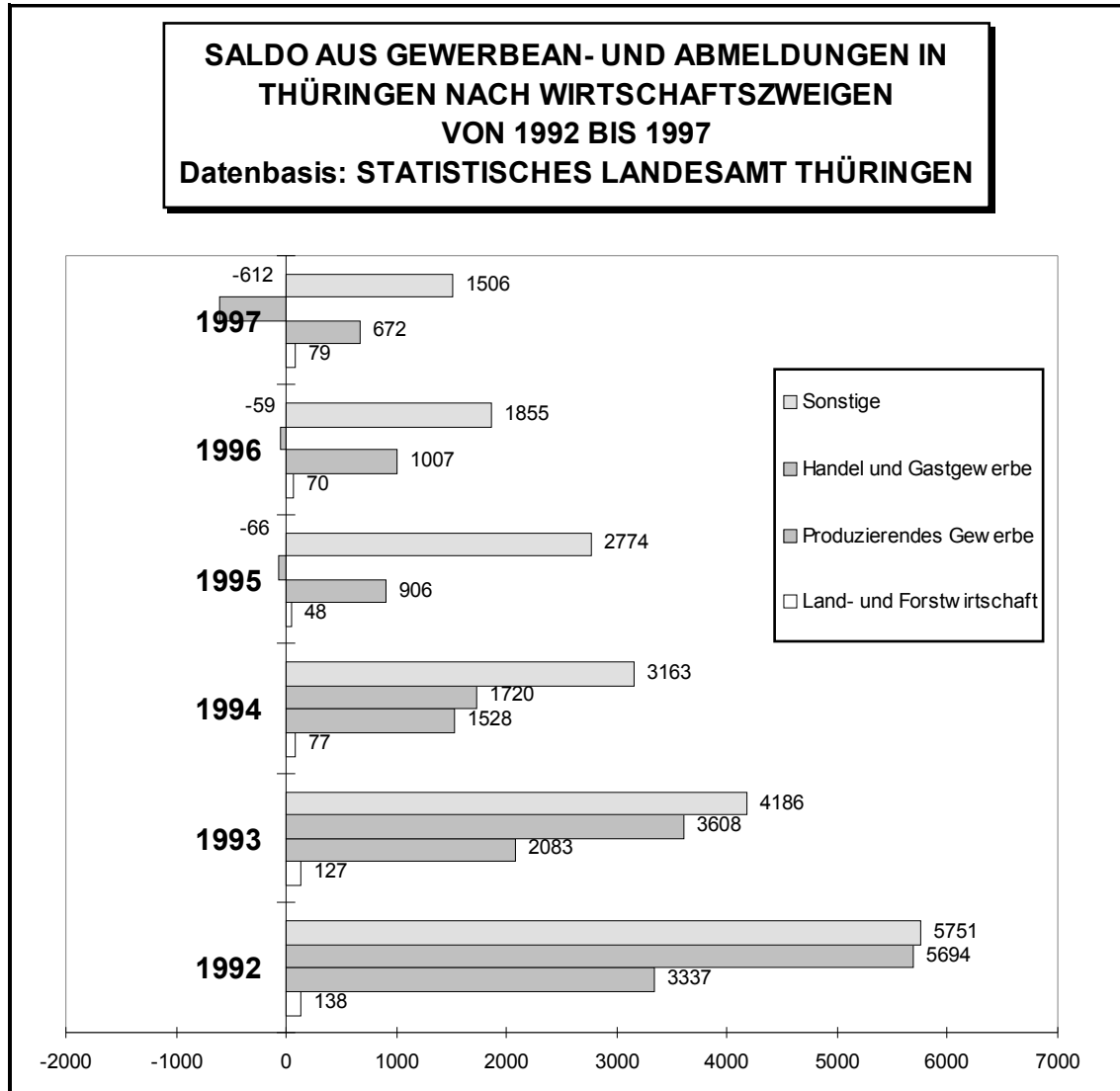
Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Statistisches Landesamt Thüringen



**Abbildung 2.29**

Saldo aus Gewerbean- und Abmeldungen in Thüringen von 1992 bis 1997

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Statistisches Landesamt Thüringen



- **Großhandel**

Der Großhandel wird eindeutig durch westdeutsche Filialen großer oder auch mittlerer Unternehmen dominiert - ein einheimischer Konsumgütergroßhandel konnte sich auch hier nicht entwickeln, da von Anfang an alle Aktivitäten von Lagerhausstandorten der alten Bundesländer, für Thüringen insbesondere aus dem hessischen Raum (REWE Hungen, Edeka Hessenring, Tegut) erfolgten.

Der Neubau von großen Logistikstandorten zementierte noch die Präsenz. Siehe **Anlage 2.20**.



### 2.3.3.1 Bewertung der Unternehmensstrukturentwicklung

Der Entwicklungsprozeß läßt sich in seinen Ergebnissen wie folgt beschreiben:

BEWERTUNG DER UNTERNEHMENSSTRUKTURENTWICKLUNG
<ul style="list-style-type: none"><li>• Innerhalb nur eines Jahres vollzog sich der Übergang von einem planwirtschaftlichen zu einem marktwirtschaftlichen Distributionssystem.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Übergang der Versorgung der Konsumenten ist reibungslos realisiert worden.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Das Etablieren von westdeutschen Betriebssystemen ist konsequent vollzogen worden.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Auch der Großhandel wird eindeutig durch westdeutsche Unternehmen bestimmt.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ein einheimischer Handelsmittelstand hat sich in weitaus geringerem Maße entwickeln können als in Westdeutschland.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die angebotenen staatlichen Fördermaßnahmen kamen mehr den westdeutschen Unternehmen zugute.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durch die Vernichtung der Altstruktur konnten die Möglichkeiten zur Internationalisierung in den Einzelhandel und Großhandel Osteuropas nicht genutzt werden.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Im ländlichen Raum erfolgte eine erhebliche Handelsausdünnung. Gegenmaßnahmen, wie betriebliche Fördermaßnahmen oder neue Betriebsformen greifen nur sehr langsam.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Unwirtschaftliche Betriebsgrößen des Facheinzelhandels wurden rigoros abgebaut. Darunter fielen insbesondere die Handelseinrichtungen im ländlichen Raum.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die erheblichen Strukturunterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland werden auf lange Sicht bestehen bleiben.</li></ul>

## 2.3.4 Prozeßsteuerungsfaktoren

### 2.3.4.1 Allgemeine Prozeßsteuerungsfaktoren

Die aktuellen Handelsansiedlungen im Umfeld der Städte wurden durch verschiedene Faktoren, die in **Abbildung 2.30** zusammengestellt sind, beeinflusst.

#### **Abbildung 2.30**

Faktoren die zu Fehlansiedlungen großflächigen Einzelhandels im städtischen Umfeld führten

Quelle: Eigener Entwurf

FAKTOREN	BEMERKUNGEN
<b>Flächenzugriff im städtischen Umfeld</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• sofortige Flächenverfügbarkeit zu niedrigen Grundstückspreisen und damit kurzfristiger Baurealisierung</li><li>• bereits vorhandene verkehrliche Infrastruktur, insbesondere an überregionalen Verkehrstrassen</li></ul>
<b>Politische Entscheidungsfähigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• flexible Gemeindeverwaltungen, die ihre Unabhängigkeit gegenüber den größeren Städten behaupten wollten, sich höhere Gemeindeeinnahmen versprachen und Arbeitsplätze schaffen wollten</li><li>• Politischer Entscheidungsdruck durch die Bevölkerung</li><li>• geringere kommunale Abgabenhöhen</li><li>• Fehlende Fachkompetenz der kommunalen Entscheidungsträger sowohl in den Städten als auch in deren Umland</li></ul>
<b>Städtische Standortnachteile</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ungeklärte Eigentumsverhältnisse</li><li>• schlechte und zum Teil stark überlastete Infrastruktur</li><li>• (Z. B.: fehlende Parkplätze)</li><li>• schnell steigende Grundstückspreise und Mieten</li><li>• mangelnde städtische Attraktivität infolge hoher Ladenleerstände und permanenter Baustellen</li></ul>
<b>Raumordnungsgrundsätze</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>anfänglich fehlende und in der Endkonsequenz nicht folgerichtig eingesetzte Steuerungselemente der Raumordnung und Landesplanung</b></li><li>• <b>politische Entscheidungen wurden über die Grundsätze der Raumordnung und Landesplanung gestellt</b></li><li>• <b>Mangelnde Einflußnahmemöglichkeiten der Landesplanungsbehörden</b></li></ul>

Der Vergleich der Entwicklungsbedingungen von randstädtischen und innerstädtischen Standorten des großflächigen Einzelhandels in den neuen Ländern (**Anlage 2.21**) verdeutlicht die ungünstigen Ausgangsbedingungen innerstädtischer Standorte.

#### **2.3.4.2 Prozeßsteuerungsfaktoren auf Bundesebene**

Die Übernahme des Bauplanungs- und Bauordnungsrechtes auch in modifizierter Form innerhalb eines kurz gehaltenen Zeitraumes erforderte für die handelnden Personen eine Unmenge an Lern- und Anwendungsverpflichtungen. Diesen Anforderungen mußten sich die Verwaltungen von Land und Kommunen sofort stellen. Ihnen gegenüber stand die Investorenseite, die jahrzehntelang geübt, in Rechtsstreitigkeiten versiert, ihre wirtschaftlichen Vorstellungen zur Handelsentwicklung durchsetzen konnte. Nun waren zwar Berater aus den Alten Ländern befristet in den Entscheidungsbereichen des Landes und der Kommunen tätig, in der Hauptsache aber nur die, die in den Alten Ländern bestens entbehrt werden konnten. Nur sehr wenige Helfende hatten das Fach-Know-how, um selber helfend eingreifen zu können.

Es ist aus heutiger Sicht einzuschätzen, dass hier mehr Schaden angerichtet, denn eine beschleunigte Landesentwicklung ermöglicht wurde.

- **Flächenmanagement**

Die bereits von der letzten DDR-Regierung eingesetzte Treuhandanstalt hatte den Auftrag, die volkseigenen Unternehmen zu privatisieren. Nach Neubildung der Länder in der ehemaligen DDR wurden die staatlichen Unternehmen in der Hauptsache im Rahmen von Verkäufen privatisiert. Nun hatte die Treuhandanstalt keinen Auftrag zur Strukturpolitik sondern den, größtmögliche Erlöse bei Zusicherung von Arbeitsplätzen und Investitionen zu garantieren. Wäre ein strukturpolitischer Auftrag zur wirtschaftlichen Umgestaltung mit erteilt, wären Interessenkollisionen vermieden worden. Diesbezüglich hätte der Flächenzugriff auf innerstädtische Areale kurzfristiger und marktpreisüblich erfolgen können. Mit dem Investitionsvorranggesetz waren den Kommunen zwar Möglichkeiten des Zugriffs gegeben, gegenüber der Treuhandanstalt waren sie aber machtlos.

#### 2.3.4.2.1 Bewertung der Bundesmaßnahmen

BEWERTUNG DER BUNDESMASSENNAHMEN
1. ZUR HANDELSSTRUKTUR: UNTERNEHMENSENTWICKLUNG
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Unternehmensstruktur wurde durch die Privatisierungsmaßnahmen der Treuhand maßgeblich beeinflusst.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die von der Bundesregierung eingesetzte Treuhandanstalt hatte <b>keinen</b> strukturpolitischen Auftrag. Es galt nur die Volkswirtschaft der ehemaligen DDR zu privatisieren. Es fehlte das wirtschaftspolitische Grundkonzept - im Handel das handelsstrukturelle Leitbild.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Unternehmensentwicklung entsprach damit dem aktuellen Stand in Form der Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durch die Bundesregierung wurden keine Steuerungssysteme zur Bevorzugung eines einheimischen Handelsmittelstandes entwickelt.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die bewußte Förderung des einheimischen Mittelstandes wurde nicht erreicht - von der Förderung profitierten in erster Linie Großunternehmen aus den Alten Ländern.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Anpassungsprobleme wurden seitens der westdeutschen Politik unterschätzt.</li></ul>
2. ZUR HANDELSSTRUKTUR: RAUMORDNUNG
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Steuerung der Ansiedlungspolitik wurde von Bundesseite lediglich durch Empfehlungen und Hinweise beeinflusst. Im Wissen um die in den Alten Ländern ablaufende bzw. bereits abgelaufene Entwicklung der Ausdünnung des primären Handelsnetzes hätte eine bewußte Einflußnahme diese Fehlentwicklungen minimieren können.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die bundesdeutschen Gesetzlichkeiten zur Raumordnung und Bauplanung waren vom Grundsatz für die Entwicklungssteuerung ausreichend. Sie wurden aber durch die handelnden Personen unterschiedlich interpretiert und in ihrer Endkonsequenz im Interesse einer geordneten Entwicklung nicht ausgereizt.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Einsatz von westdeutschen Beamten zum Aufbau einer funktionierenden Verwaltungsordnung in Thüringen insbesondere im Bauordnungs- und Bauplanungs- bzw. Raumordnungsbereich war von unterschiedlicher Qualität. Beim Aufbau einer funktionierenden Raumordnung in Thüringen war er aber eher hinderlich.</li></ul>

#### 2.3.4.3 Prozeßsteuerungsfaktoren auf Landes- und Kommunalebene

Trotz der vorhandenen Rechtssicherheit im Bauplanungs- und Bauordnungsrecht bereits mit der Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der BRD und der DDR wurden durch vielfältige Einflußnahmen die Weichen für die Fehlentwicklungen an nicht integrierten Standorten in der Verursachung durch die Umlandgemeinden gelegt.

Diese Einflüsse sind in **Abbildung 2.30** zusammengefaßt.

Neben den Umlandgemeinden wurden aber auch die Städte selbst Mitverursacher, wie die Beispiele von Eisenach oder Weimar beweisen.

Nicht zuletzt sei aber darauf verwiesen, daß trotz existierender Gesetzlichkeiten der Entscheidungsrahmen, so er politisch gefärbt scheint, sehr unterschiedlich gehandhabt wird. Das Beispiel Elxleben (siehe Punkt **2.2.1.4.2**) zeigt, wie auch heute noch Grundsätze der Raumordnung und Landesrichtlinien außer Kraft gesetzt werden.

Bedenklich erscheint weiterhin, daß auch 10 Jahre nach der Deutschen Einheit keine exakten und einheitlichen Datengrundlagen im Land Thüringen zur Handelsstruktur vorliegen. Nachfolgende Abbildung vergleicht die von der Wirtschaft und vom zuständigen Landesministerium veröffentlichten Daten. Abweichungen sind dabei im Durchschnitt von 6 % zu verzeichnen.

#### Abbildung 2.31

Datenvergleich zur Größenordnung des großflächigen Einzelhandels in Thüringen zwischen Angaben des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur und den Angaben der Industrie- und Handelskammern in Thüringen, Stand: Sommer 1997

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.57</sup>

PLANUNGS- REGIONEN	Angaben des TMWI 03/97 m <sup>2</sup>	Angaben der IHK'n Thüringen m <sup>2</sup>	Differenz: Angabe in m <sup>2</sup>	Differenz: Angabe in %
Nordthüringen	370.315	326.715	-43.600	-13,34
Mittelthüringen	645.141	744.074	98.933	13,30
Südthüringen	454.438	600.177	145.739	24,28
Ostthüringen	1.039.576	987.318	-52.258	-5,29
<b>GESAMT</b>	<b>2.509.470</b>	<b>2.658.284</b>	<b>148.814</b>	<b>5,60</b>

<sup>2.57</sup> Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur: Jahreswirtschafts- und Mittelstandsbericht 1997, S. 120

#### 2.3.4.3.1 Bewertung der Landesmaßnahmen

<b>BEWERTUNG DER LANDESMASSENNAHMEN</b>	
<b>1. ZUR HANDELSSTRUKTUR: STEUERUNG DER STANDORTENTWICKLUNG</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Rechtsrahmen zur Durchsetzung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung stand zu jeder Zeit (sowohl in der Noch-DDR als auch in der Noch-Nicht-BRD) zur Verfügung. Durch die bewußte Auflösung vorhandener funktionsfähiger Bezirksverwaltungsstrukturen in den ehemaligen Bezirken Erfurt, Gera und Suhl fehlte die funktionierende Prüfungs- und Genehmigungsbehörde. In einem sogenannten "gesetzlosen" Zeitraum zwischen bereits legitimierten kommunalen Institutionen aber noch nicht gewählter und arbeitsfähiger Landesregierung kam es zu Genehmigungen großflächiger überdimensionierter Handelsflächen durch die bereits funktionsfähigen Landratsämter.</li></ul>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die in der DDR existierenden Raumordnungsbehörden der Bezirke ließ man zwar weiter arbeiten - deren Kompetenz wurde aber anfänglich angezweifelt. Erst im Rahmen des Aufbaues des Landesverwaltungsamtes in Weimar wurde deren Rechts- und Raumwirksamkeit sukzessive wieder hergestellt.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die fehlende Konsequenz der Landesregierung, diese früheren Planungsbereiche der ehemaligen Bezirke Erfurt, Gera und Suhl in ihrem Status zu bestätigen und deren Empfehlungen rechtsverbindlich zu erklären, führte zu erheblichen Disparitäten in der Standortentwicklung.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Durch Einschaltung einer Lenkungsgruppe Handelsentwicklung (STUI) konnten weitere überdimensionierte periphere Handelsflächen vermieden werden.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Aufbruchstimmung innerhalb der Kommunen und der Freiheitsgedanke, nicht mehr durch Staat und Regierung gegängelt zu werden, war einer der Hauptbeweggründe.</li><li>• Vielfach waren insbesondere die neu formierten politischen Entscheidungsträger in den Umlandgemeinden der großen Städte schlichtweg überfordert bzw. wurden diese durch die Investoren überfahren und mit den Versprechungen geködert, ihre Gemeinde in eine überaus wirtschaftlich blühende Landschaft zu verwandeln.</li><li>• Flache Entscheidungshierarchien in diesen Gemeinden, die in Baurechtsfragen noch nicht sattelfesten Landesbehörden sowie der politische Druck nach kurzfristigen Veränderungen führte zur Ausweisung von Gewerbegebieten, deren Auf- und Ausbau, als auch zum Bau von Einkaufszentren an peripheren Standorten.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Umlandgemeinden der großen Städte aber auch einige Städte selber wurden damit zu Verursachern der ungeordneten peripheren Handelsentwicklungen.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Verabschiedung der Richtlinie zur Verfahrensweise bei der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel als gemeinsame Richtlinie der Thüringer Ministerien für Umwelt und Landesplanung, für Wirtschaft und Verkehr und des Thüringer Innenministeriums stellte 1992 eine wichtige Verfahrensgrundlage zur Gesamtbehandlung der Handelsstrukturentwicklung dar.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bisher läßt diese Richtlinie sowohl die klare Konsequenz zur Sicherung des innerstädtischen Handelsstandortes als auch die Leitfunktion des Einzelhandels für die innerstädtische Entwicklung vermissen.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Chancengleichheit zwischen innerstädtischen und peripheren Standorten ist wiederherzustellen. Dazu gehört auch die Novellierung der Thüringer Bauordnung (Stellplatzsatzung).</li></ul>
<b>2. MASSNAHMEN ZUR LANDESPLANUNG</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Umsetzung der neuen Planungs- und Prüfungsinstrumentarien gestaltete sich in der Anfangszeit besonders schwierig.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Aufbau der Landesplanung, damit verbunden die Gliederung des Landes Thüringen in Planungsregionen, erfolgte <b>bewußt nicht</b> unter Beachtung vor 1989 vorhandener administrativer, wirtschaftlicher und Planungsstrukturen.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Zur Sicherung einer geordneten Landesentwicklung war ein Landesentwicklungsprogramm unbedingt notwendig. Die dazu erarbeiteten Grundsätze wurden wegen divergierender Inhalte, resultierend aus unterschiedlichsten politischen und wirtschaftlichen Zeiterfordernissen erst 1993 verabschiedet. Grund dieser Behinderung waren auch in der Einflußnahme von Beratern aus den Alten Ländern begründet.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Grundsätze zur Handelsentwicklung im LEP sind inkonsequent und sichern nach wie vor Möglichkeiten zur peripheren Standortentwicklung.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Es fehlt die grundsätzliche Präferenz der Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Es fehlen die klaren Zielvorgaben durch die Landesplanung für die konsequente Entwicklung der innerstädtischen Handelsstruktur zur Stabilisierung des primären Handelsnetzes.</li></ul>

### **3. ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELS IN DEUTSCHLAND: UNTERNEHMENS- UND FLÄCHENDYNAMIK**

#### **3.1 Einzelhandelsumsatz**

##### **3.1.1 Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland**

Im drittgrößten Wirtschaftsbereich Deutschlands stagniert der Gesamtumsatz seit Beginn der neunziger Jahre. Seit 1993 haben nach Angaben des GVE (Gemeinschaftsverband des Deutschen Einzelhandels) die deutschen Einzelhandelsunternehmen real insgesamt 7 % bzw. 48 Mrd. DM ihres Umsatzes eingebüßt, während die Gesamtverkaufsfläche um 12 % auf 96 Millionen m<sup>2</sup> gewachsen ist <sup>3.1</sup>. In den Jahren 1992 bis 1996 ging der Lebensmittelumsatz in Deutschland ebenfalls zurück. Ein reales Plus von 0,4 % ist 1998 zu verzeichnen, unter Ansatz einer Preissteigerung von 1 % (1997: 238 Mrd. DM Umsatz; 1998: 241 Mrd. DM Umsatz) <sup>3.2</sup>. Nach Auffassung der Gesellschaft für Konsumforschung GfK in Nürnberg ist der Lebensmittelabsatz durch immer noch wachsende Verkaufsflächen und Verdrängung des traditionellen Handels gekennzeichnet <sup>3.3</sup>.

**Abbildung 3.1** zeigt die reale Entwicklung des deutschen Einzelhandels in seiner Entwicklung zwischen 1987 bis 1998 (ab 1991 unter Einrechnung der Neuen Länder).

---

<sup>3.1</sup> FAZ vom 09.03.1999, S. 12: Der Mittelstand wird im Lebensmittelhandel immer unbedeutender

<sup>3.2</sup> Handelsblatt vom 19.02.1998: Der GVE stellt sich vor: Gemeinsam auf einer Bank  
Handelsblatt vom 14.04.1999, S. 13: HDE fordert von Eichel klare Aussage zur Mehrwertsteuer

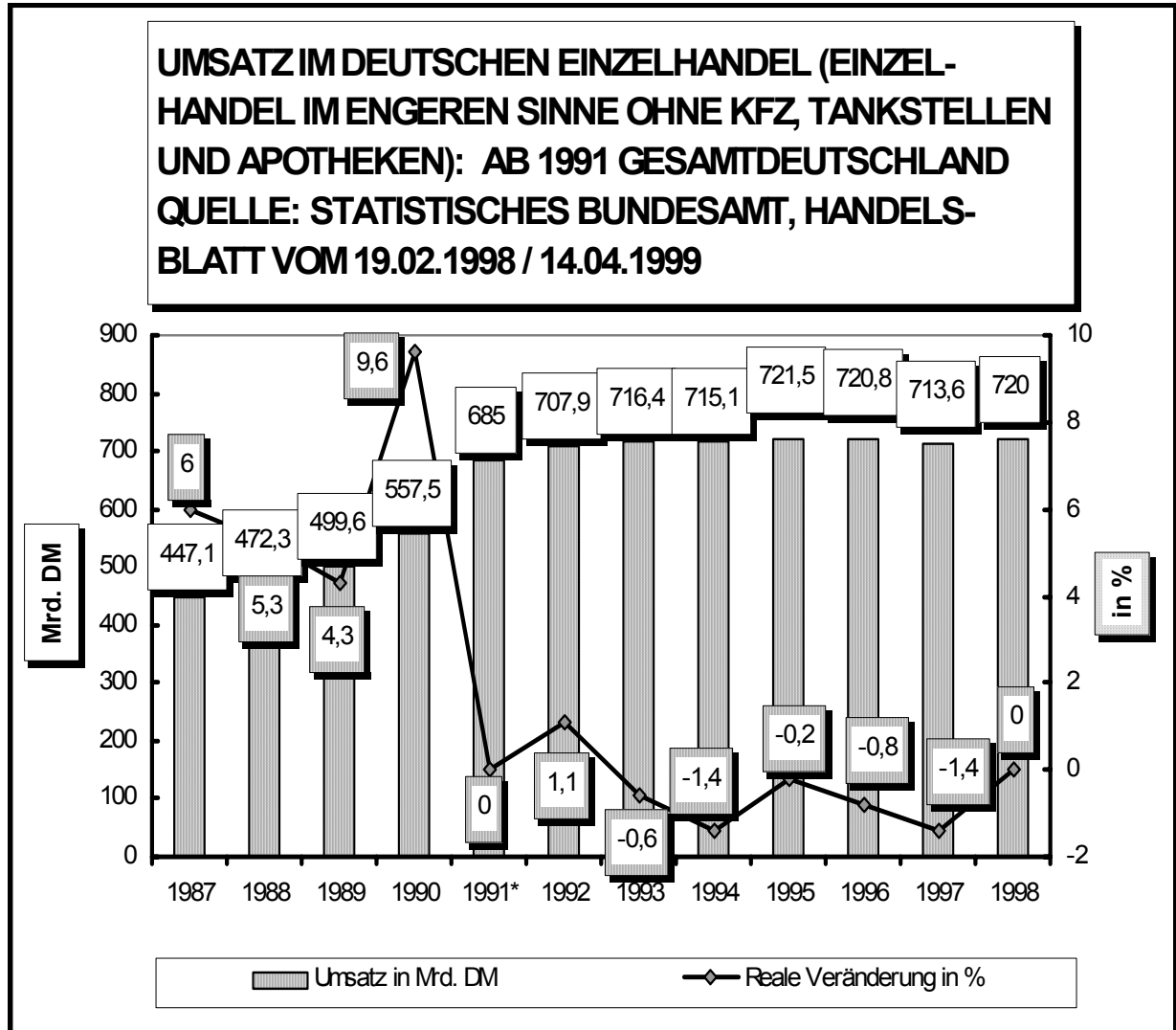
<sup>3.3</sup> FAZ vom 15.02.1999, S. 19: Weiterhin Verdrängung im Lebensmittelhandel



### Abbildung 3.1

Umsatz im deutschen Einzelhandel von 1987 bis 1998

Quelle: <sup>3.2</sup>



<sup>3.2</sup>

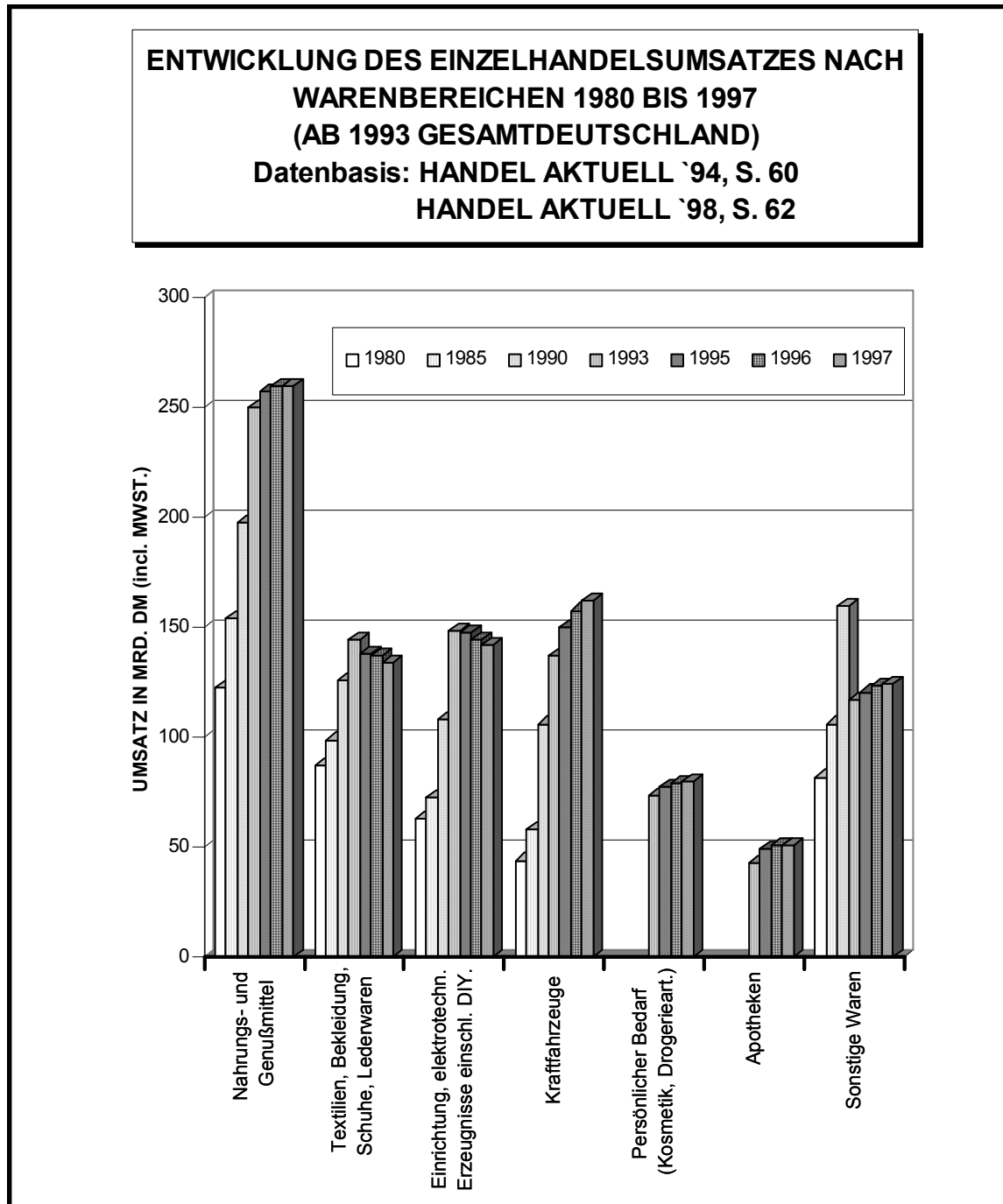
Handelsblatt vom 19.02.1998: Der GVE stellt sich vor: Gemeinsam auf einer Bank

Handelsblatt vom 14.04.1999, S. 13: HDE fordert von Eichel klare Aussage zur Mehrwertsteuer

### Abbildung 3.2

Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland nach Warenbereichen

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '94, '98



#### Anmerkungen:

- Textilien, Bekleidung, Schuhe **einschließlich** Lederwaren
- Einrichtung, elektrotechnische. Erzeugnisse **ohne** Computer, Bürotechnik und Software
- Persönlicher Bedarf **inklusive** Kosmetik, Drogerieartikel, Bücher, Schreibwaren, Blumen, Pflanzen, zoologische Erzeugnisse, Uhren, Schmuck, Spielwaren, Fahrräder und Sportartikel

Aus der in **Abbildung 3.2** dargestellten Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes nach Warengruppen lassen sich folgende tendenzielle Entwicklungstrends ableiten. Vorausgeschickt, dass die sprunghafte Zunahme in den einzelnen Warenbereichen zwischen 1990 und 1993 aus der Gesamtbetrachtung Alte und Neue Länder resultiert, hat sich das Einkaufsverhalten, bzw. haben sich die Umsätze in den einzelnen Warenbereichen zwischen 1993 und 1997 wie folgt verändert:

Der Gesamtumsatz ist zwischen 1993 bis 1997 lediglich um 4,2 % gestiegen (ohne Beachtung der Preissteigerungen), zwischen 1995 und 1997 waren es nur 1,4 %.

**Umsatzsteigerungen** wiesen folgende Bereiche auf:

- Die höchste Umsatzentwicklung erfolgte im Warenbereich **Kraftfahrzeuge** und Zubehör mit 18,5 % Steigerung (relativiert zwischen 1995 bis 1997 um 7,9 %).
- Die zweithöchste Umsatzentwicklung dokumentiert der Warenbereich **Apotheken** in Höhe von 18 % (relativiert zwischen 1995 bis 1997 um 3,8 %). Diese Umsatzentwicklung resultiert insbesondere aus der Gesundheitsreform und der dort beschlossenen Zuzahlungen für Arzneimittel.
- Im Warenbereich **Persönlicher Bedarf**, inklusive Kosmetik, Drogerieartikel, Bücher, Schreibwaren, Blumen, Pflanzen etc. lagen die Steigerungsraten zwischen 1993 bis 1997 bei 8,0 % (relativiert zwischen 1995 bis 1997 um 2,8 %).
- Der **Sonstige Warenbereich** mit Computer und Bürotechnik, bzw. Software wurde um 6,5 % gesteigert, relativiert zwischen 1995 bis 1997 um 3,2 %.
- Der Lebensmittelbereich einschließlich der Genußmittel wies eine Steigerung um 3,7 % auf, bei einer minimalen Entwicklung zwischen 1995 bis 1997 um 0,8 %.

**Rückgänge** wiesen folgende Bereiche auf:

- **Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren** mit - 7,3 %, relativiert zwischen 1995 und 1997 um - 3,1 %
- **Einrichtungen, elektrotechnische Erzeugnisse einschließlich des Bau- und Heimwerkerbedarfes** um - 4,6 %, relativiert zwischen 1995 und 1997 um - 3,7 %

Unter Ansatz der Mehrwertsteuererhöhung zum 01.01.1993 von 14 auf 15 %, bzw. der jährlichen Preissteigerungen sind die aufgezeigten Entwicklungen nochmals einzuengen.

Demgegenüber war von 1993 bis 1997 ein **nominaler Einkommenszuwachs der privaten Haushalte (Gesamtdeutschland) von 12,3 %** zu verzeichnen. Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.1.2** - Kaufkraftentwicklung in Deutschland und in Thüringen.

### **3.1.2 Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Bundesländern**

Seit 1991 werden in den Neuen Ländern monatliche Berichterstattungen im Einzelhandel durchgeführt. Mit der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 liegen statistisch gesicherte Vergleichswerte zur Handelsstruktur Deutschlands vor. Die HGZ ist die einzige Totalerhebung in den Bereichen Großhandel, Einzelhandel, Handelsvermittlung und Gastgewerbe und wird in etwa zehnjährigen Abständen durchgeführt.

Im Ergebnis der HGZ liegt für **1992** ein erster gesamtdeutscher Vergleich vor. Demnach haben die Neuen Länder in ihrem Einzelhandelsumsatz ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen durchschnittlich 9,261 Mrd. DM erzielt. Das entsprach **15,9 %** des Einzelhandelsumsatzes in den Alten Ländern mit 58,051 Mrd. DM.

- Je Unternehmen lag der Umsatz im Durchschnitt bei 0,8 Mio. DM (Thüringen lag noch unter dem Durchschnitt mit 0,7 Mill. DM), vergleiche hierzu **Anlage 3.1**.
- Das entsprach 42 % des durchschnittlichen Unternehmensumsatzes in den Alten Ländern.
- Bezogen auf die Einwohnerzahl des jeweiligen Bundeslandes lag der Umsatz in den Neuen Ländern im Durchschnitt bei 3.254 DM (Spitzenwert: Brandenburg mit 3.527 DM, Thüringen mit 3.512 DM; Niedrigster Wert: Sachsen-Anhalt mit 3.078 DM). Vergleiche hierzu **Anlage 3.2**.
- Das entsprach **34 %** des Durchschnittswertes der Alten Länder (9.487 DM).
- Während in den Alten Ländern durchschnittlich 8 Beschäftigte je Handelsunternehmen gezählt wurden, waren es in den Neuen Ländern lediglich 4,1. Das ist ein Indiz für den hohen Anteil an großflächigen Einzelhandelsunternehmen, die gegenüber dem traditionellen Facheinzelhandel eine weitaus geringere Beschäftigtenquote aufweisen. Vergleiche hierzu **Anlage 3.3**.

Aus den Statistischen Grundwerten zur Handelsentwicklung **1996** läßt sich nunmehr die Umsatzentwicklung ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen innerhalb der Bundesländer Deutschlands in einem Betrachtungszeitraum von 1992 bis 1996 nachvollziehen.

Demnach haben die Neuen Länder nur noch einen Einzelhandelsumsatz von durchschnittlich 8,579 Mrd. DM erzielt.

- Das ist gegenüber 1992 ein Rückgang um **7,37 %**.
- Auch in den Alten Ländern war der Einzelhandelsumsatz um **8,56 %** gegenüber 1992 rückläufig.
- Je Unternehmen lag der Umsatz in den Neuen Ländern im Durchschnitt bei 0,9 Mio. DM. Thüringen lag wiederum unter dem Durchschnitt mit 0,774 Mill. DM, vergleiche hierzu **Anlage 3.1**.
- Das entsprach 40 % des durchschnittlichen Unternehmensumsatzes in den Alten Ländern (1992 waren es 42 %).

Während in den Alten Ländern 1996 durchschnittlich 9,7 Beschäftigte je Handelsunternehmen gezählt wurden (1992: 8,0), waren es in den Neuen Ländern lediglich 4,4 (1992: 4,1). Vergleiche hierzu **Anlage 3.3**.

- Bezogen auf die Einwohnerzahl des jeweiligen Bundeslandes lag der Umsatz in den Neuen Ländern im Durchschnitt nur noch bei 3.014 DM (1992: 3.254 DM). Der frühere Spitzenreiter Brandenburg erreichte nur noch 3.227 DM gegenüber 3.527 DM im Jahr 1992. Thüringen erzielte den Spitzenwert mit nunmehr 3.766 DM gegenüber 3.512 DM. Sachsen-Anhalt mit dem niedrigsten Wert von 3.078 DM im Jahr 1992 fällt weiter ab auf einen Wert von 2.432 DM. Den niedrigsten Wert nimmt Mecklenburg-Vorpommern mit 2.432 DM ein, 1992 betrug er noch 3.148 DM. Vergleiche hierzu **Anlage 3.2**.
- Der Durchschnittswert von 3.014 DM im Jahr 1996 entspricht **34,74 %** des Durchschnittswertes der Alten Länder (8.675 DM).
- 1992 betrug diese Relation **34,3 %**.

An dieser Entwicklung läßt sich nachweisen, daß der Aufholprozeß zwischen den Neuen und den Alten Ländern weiter stagniert. In einem Zeitraum von 4 Jahren klafft die Schere zwischen Alten und Neuen Ländern weiter auseinander.

- Auch in Thüringen zeigte sich ein Umsatzrückgang von 1992 bis 1996 um **9,86 %**.
- Alle anderen Neuen Länder weisen ebenfalls deutliche Rückgänge auf.
- Auch in den Alten Ländern gab es nominal Rückgänge zu verzeichnen. Lediglich im Saarland gab es eine positive Umsatzentwicklung, vergleiche hierzu **Abbildung 3.3**.

**Die Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes als wichtigem Indiz für die Wirtschaftskraft der Neuen Länder und des Lebensstandards zeigt weiterhin starke Disparitäten im gesamtdeutschen Vergleich.**

Bei durchschnittlichen Arbeitslosenzahlen um 18 % in den Neuen Ländern kann keine höhere Kaufkraft vorhanden sein, um die Umsatzentwicklungen im Einzelhandel erheblich zu beschleunigen.

Innerhalb der einzelnen Kriterien zur Wirtschaftsentwicklung (**Abbildung 3.4**) sind die Unterschiede zwischen Alten und Neuen Länder nach wie vor erheblich. Während die Lohnstückkosten bei **123 %** liegen, beträgt die Wirtschaftsleistung immer noch nur **60 %**.

**Abbildung 3.3**

Vergleich der Umsatzentwicklung im Einzelhandel in den Neuen und Alten Ländern

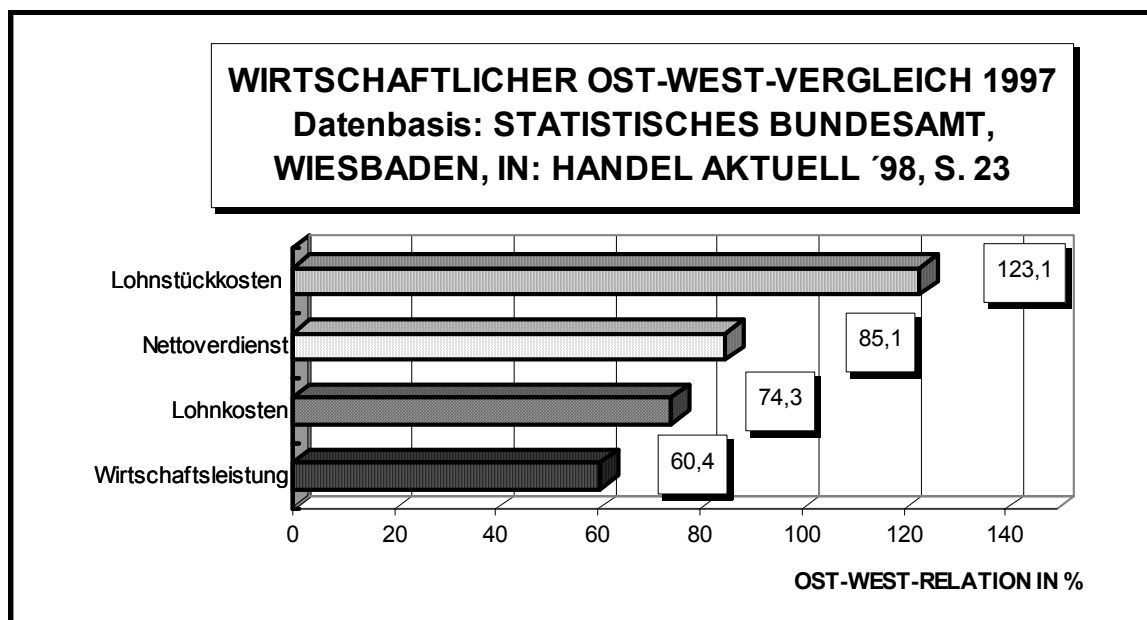
Quelle: Datenmaterial: Handel aktuell '98

<b>ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSUMSATZES VON 1992 BIS 1996</b>		
<b>IN %</b>		
LAND	Umsatzentwicklung von 1992 bis 1996 in %	Umsatz je Einwohner 1996 (DM)
Thüringen	- 9,86 %	3.766,00
Mecklenburg-Vorpommern	- 22,9 %	2.429,00
Brandenburg	- 8,5 %	3.227,00
Sachsen	- 1,3 %	3.069,00
Sachsen-Anhalt	- 21,0 %	2.432,00
Hamburg	- 5,4 %	13.851,00
Hessen	- 12,5 %	10.938,00
Saarland	+ 8,6 %	10.835,00
<b>Neue Länder</b>	<b>- 7,4 %</b>	<b>3.014,00</b>
<b>Alte Länder</b>	<b>- 8,56 %</b>	<b>8.675,00</b>

**Abbildung 3.4**

Wirtschaftlicher Ost-West-Vergleich 1997

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '98



**Wirtschaftsleistung:** Bruttoinlandsprodukt in jeweiligen Preisen je Erwerbstätigen im Inland  
**Lohnkosten:** Einkommen aus unselbständiger Arbeit je Arbeitnehmer  
**Lohnstückkosten:** Lohnkosten in Prozent der Wirtschaftsleistung  
**Nettoverdienst:** Monatliche Nettolohn- und Gehaltssumme je Arbeitnehmer (Inlandskonzept)

### 3.1.3 Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Thüringen

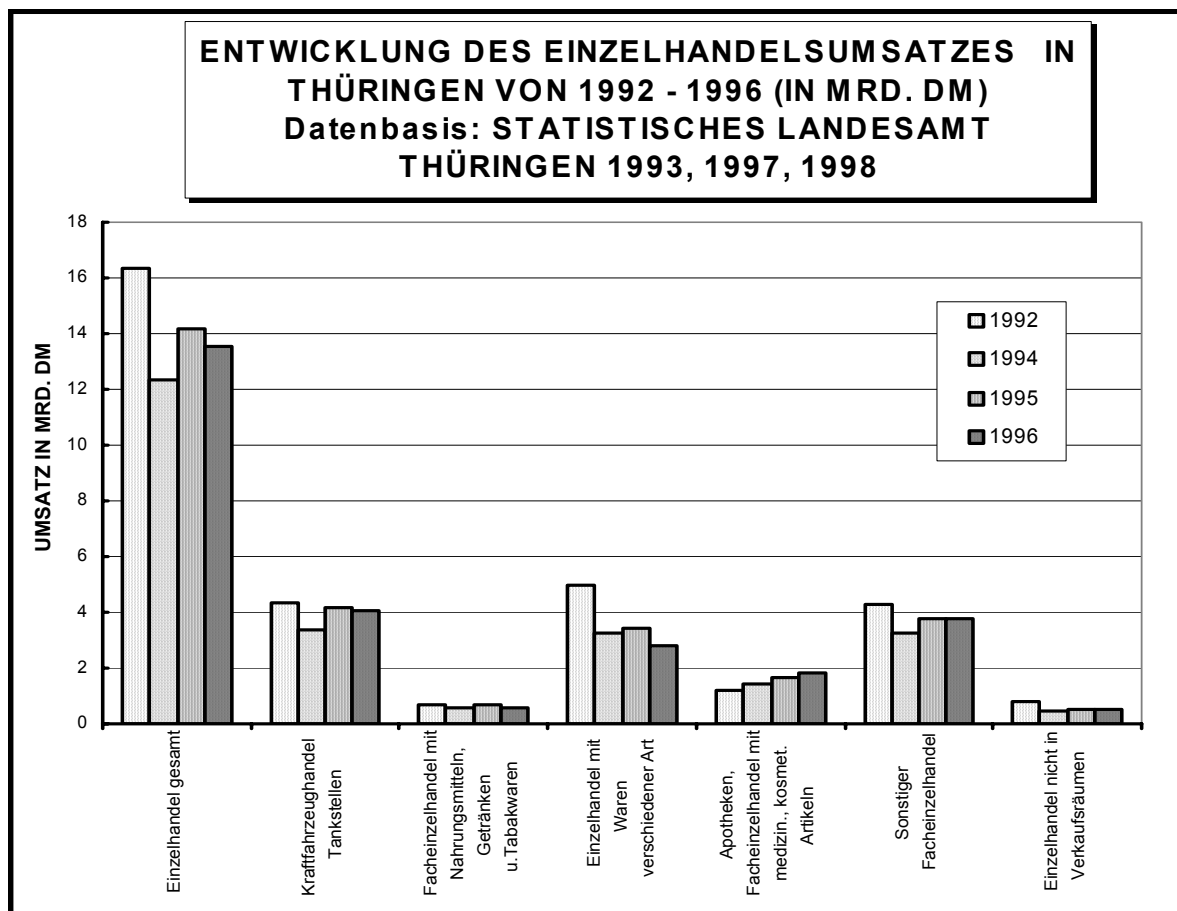
Die Betrachtung der Einzelhandelsumsatzentwicklung in Thüringen erfolgte unter dem Aspekt der reinen Einzelhandelsentwicklung einschließlich des Einzelhandels mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen. Diese Daten wurden entsprechend der statistischen Erfassungsbereiche des Thüringer Landesamtes für Statistik<sup>3.4, 3.5, 3.6</sup> in der **Abbildung 3.5** zusammengefaßt.

#### Abbildung 3.5

Einzelhandelsentwicklung in Thüringen

Quelle: Eigener Entwurf

Datenmaterial: Statistisches Landesamt Thüringen 1993, 1997, 1998



**Sonstiger Facheinzelhandel:** Einzelhandel mit Bekleidung, Schuhen, Lederwaren, Möbeln, Einrichtungsgegenständen, Hausrat, Bau- und Heimwerkerbedarf

**Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen:** Versandhandel, Einzelhandel auf Märkten, Einzelhandel vom Lager, z. B. mit Brennstoffen (Angaben einschließlich Umsatzsteuer)

<sup>3.4</sup> Thüringer Landesamt für Statistik: Statistischer Bericht: Einzelhandel in Thüringen 1995

<sup>3.5</sup> Thüringer Landesamt für Statistik: Statistischer Bericht: Einzelhandel in Thüringen 1996

<sup>3.6</sup> Weise, Gundula, Uth, Jürgen: Einzelhandel in Thüringen 1996, in: Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Februar 1999

Im Gesamtbetrachtungszeitraum von 1992 bis 1996 war ein **Umsatzrückgang** im Einzelhandel von **16 %** zu verzeichnen:

Rückgänge gab es in den Bereichen:

- Handel mit Waren verschiedener Art (Lebensmittel, Textilien, Schuhe) um 39 %
- Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren um 22 %
- Kraftfahrzeughandel und Tankstellen um 12 %

Zuwächse gab es lediglich in den Bereichen:

- Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln um 52 %
- Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen um 11 %

Demgegenüber weist das Thüringer Wirtschaftsministerium in seinem Jahreswirtschafts- und Mittelstandsbericht 1998 für den gleichen Zeitraum eine Umsatzerhöhung von 30 % aus <sup>3.7</sup>. Dabei bezieht sich das Ministerium auf eine Untersuchung zur Struktur des Einzelhandels im Freistaat. Gemeint ist hier wohl die Untersuchung durch das Institut FfH Berlin, dass sich in seiner Datenauswertung auf die HGZ und weiterhin nur auf die vorläufigen Ergebnisse des Thüringer Landesamtes für Statistik vom 4. Vierteljahr 1996 stützte, um grundsätzliche als auch spezielle Entwicklungen festzustellen. Vergleiche hierzu auch **Punkt 2.2.1.4.2**. Mit dieser oberflächlichen Betrachtungsweise wurde eine positive Umsatzentwicklung suggeriert, die aber de facto so nicht existiert. Damit wurde weiterhin eine positive Handelsentwicklung in Thüringen unterstellt, die demzufolge keinen akuten Veränderungsbedarf besitzt. Vergleiche hierzu **Punkt 2.3.4.3.1**.

Bricht man die Umsatzentwicklungen auf die einzelnen Kreise bzw. kreisfreien Städte herunter, erhält man ein sehr differenziertes Bild der Umsatzentwicklung im Einzelhandel Thüringens (**Abbildung 3.5**). Diese statistischen Werte sind nach Aussage des Thüringer Landesamtes für Statistik nur bedingt mit den Werten der HGZ, bzw. der 1999 für 1996 <sup>3.6</sup> vorgelegten Zahlen vergleichbar <sup>3.8</sup>.

Um einen Istvergleich zwischen den Landkreisen und kreisfreien Städten dennoch darzustellen, wurden sie in **Anlage 3.4** in Relationen zueinander gebracht.

Demnach betrug der Durchschnittsumsatz in Thüringen je Einwohner im Jahr 1996 5.625 DM. 12 der 22 Landkreise erreichten diesen Durchschnitt nicht.

Signifikant ist, dass der höchste Umsatz je Einwohner mit 7.554 DM im Saale-Holzland-Kreis auftritt, gefolgt vom Landkreis Saalfeld-Rudolstadt mit 6.452 DM. Dies resultiert einerseits aus den großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in diesen Landkreisen, als auch aus dem darin beheimateten kaufkraftstarken Einwohnerpotential und der im Vergleich zu anderen Landkreisen unterdurchschnittlichen Einwohnerzahl. Erst danach folgen die Städte Erfurt und Jena mit 6.446 DM/Einwohner <sup>3.8</sup>.

---

<sup>3.6</sup> Weise, Gundula, Uth, Jürgen: Einzelhandel in Thüringen 1996, in: Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Februar 1999

<sup>3.7</sup> Jahreswirtschafts- und Mittelstandsbericht 1998, S. 90

<sup>3.8</sup> Thüringer Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Oktober 1997



### 3.1.4 Entwicklungstendenzen

- **Rückläufiger Einzelhandelsumsatz in Deutschland als auch in Thüringen**

Der Einzelhandelsumsatz ist in Deutschland als auch in Thüringen rückläufig.

Ursachen liegen in dem sich veränderten Ausgabeverhalten (Vergleiche hierzu **Punkt 4**) als auch in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Haushalte begründet (Kaufkraft). Eine Veränderung kann sich erst dann einstellen, wenn durch mehr Kaufkraft der Verbraucher im Einzelhandel profitiert werden kann. Diese wirtschaftlichen Rahmenbedingungen können nur durch die politischen Gremien Deutschland gesetzt werden (Stichwort Steuerreform).

Innerhalb der einzelnen Warenbereiche gibt es jedoch auch **Umsatzsteigerungen**:

Dazu gehören die Bereiche:

- **Kraftfahrzeuge**, mit der höchsten Umsatzentwicklung
- **Apotheken**
- **Persönlicher Bedarf** inklusive Kosmetik, Drogerieartikel, Bücher, Schreibwaren, Blumen, Pflanzen etc.
- **Sonstiger Warenbereich** mit Computer und Bürotechnik, bzw. Software

**Rückgänge** wiesen folgende Bereiche auf:

- **Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren**
- **Einrichtungen, elektrotechnische Erzeugnisse einschließlich des Bau- und Heimwerkerbedarfes**

Wegen der in Thüringen nicht vorliegenden Differenzierung nach Warenbereichen, kann nur für den Gesamtbereich Lebensmittel, Textilien Schuhe, Baumarkt ein Umsatzrückgang festgestellt werden.

Auch der Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen war in Thüringen rückläufig.

Die Sektoren Apotheken, und ambulanter Einzelhandel erzielten dagegen Umsatzsteigerungen.

- **Weitere Flächenexpansionen im Einzelhandel**

Dieser Unternehmenskonzentration bzw. dem Beschäftigtenabbau stehen Verkaufsflächen gegenüber, die z. B. in Thüringen, betrachtet man den Entwicklungszeitraum von 1989 bis 1996 verfünffacht wurden.

Gerade die innenstadtrelevanten Branchen, wie Textilien, Schuhe, Lederwaren verzeichnen erhebliche Umsatzrückgänge, wohingegen die fachmarkttypischen Artikel Steigerungsraten aufweisen (Kfz-Handel, Drogerien etc.) <sup>3,6</sup>.

---

<sup>3,6</sup> Weise, Gundula, Uth, Jürgen: Einzelhandel in Thüringen 1996, in: Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Februar 1999

- **Auswirkungen auf die Stadtentwicklung**

Mit der geringer werdenden Akzeptanz innenstadtrelevanter Handelsbereiche aufgrund des sich ändernden Einkaufsverhaltens, d. h. der geringer werdenden Bereitschaft von Handelsunternehmen mit überwiegend innenstadtrelevantem Handelssortiment in den Städten zu investieren, besteht die Gefahr einer Handelsflächenverödung. Um dem entgegenzuwirken, müssen neue Konzepte zur Stabilisierung bzw. zur Erhöhung der Kundenfrequenz in den Innenstädten entwickelt werden. Auf Grund des veränderten Freizeitverhaltens ist eine Konsequenz daraus, Handel mit Freizeitelementen zu kombinieren. Gleichzeitig müssen diesen Unternehmen wirtschaftliche Rahmenbedingungen für eine innerstädtische Ansiedlung ermöglicht werden. Dazu gehören insbesondere die

- Grundstücksmietbedingungen
- die kommunalen Abgaben (Stellplatzsatzungen)
- Bauplanungs- und Bauordnungsrechtliche Bedingungen wie auch der
- Denkmalschutz.

Zu bedenken gilt dabei ebenso, dass in den **Neuen Ländern lediglich 6,8 % des Gesamteinzelhandelsumsatzes in Deutschland erwirtschaftet werden** (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.2.3**). Demzufolge ist die Bereitschaft von etablierten Einzelhandelsunternehmen sich an weiteren Standorten in den Neuen Ländern anzusiedeln als eher mäßig einzuschätzen.

## 3.2 Struktur des Einzelhandels

### 3.2.1 Unternehmen

#### 3.2.1.1 Konzentration im Einzelhandel

Seit Mitte der 80iger Jahre zeichnet sich verstärkt ein weltweiter Konzentrationsprozeß in der Wirtschaft ab. Insbesondere ist hierbei der Handel einer der Vorreiter. In den Branchenbereichen mit den niedrigsten Renditen (Lebensmittelbereich) erfolgten die umfänglichsten Fusionen. **Anlage 3.5** zeigt die in den letzten Jahren statt gefundenen Fusionen bzw. Übernahmen.

Damit einhergehend werden Flächenexpansionen zur Sicherung der Marktposition betrieben. Die Standortwahl fällt demzufolge auf preiswerte und verkehrstechnisch gut erschlossene Standorte im engeren Umfeld großer Einwohneragglomerationen. Verlierer sind dabei nach wie vor die Städte und insbesondere die Stadtzentren.

1962 begann mit der Eröffnung des ersten Albrecht-Discount-Ladens in Dortmund (ALDI) für den Lebensmitteleinzelhandel eine Zäsur. Die Unternehmensphilosophie bei Produkten die im Blickpunkt des Wettbewerbs stehen, immer den niedrigsten Preis zu bieten, hat dazu beigetragen, dass die Renditen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel bei **maximal 1 %** des Umsatzes liegen, so niedrig wie in keinem anderen Land. Der Erfolg von Aldi veranlaßte viele Mitbewerber, gleichfalls mit einer Discount-Schiene zu reagieren. Die große Resonanz entspricht offenbar dem deutschen Naturell, billig einzukaufen. Die Fachleute sprechen hier von der „Aldisierung“ des Handels.

Die Konzentrationsprozesse laufen auf verschiedenen Ebenen mit unterschiedlichen Unternehmensergebnisstrukturen ab. **Abbildung 3.6** veranschaulicht diesen Prozeß.

Im direkten Vergleich der größten Einzelhandelsunternehmen in Deutschland 1994 und 1999 und deren Anteil am Lebensmitteleinzelhandel wird die Dynamik des Konzentrationsprozesses deutlich. Von den 1994 noch unter den ersten 26 befindlichen Handelsunternehmen sind inzwischen 9 entweder fusioniert worden oder in Konkurs gegangen. Vergleiche hierzu die **Anlagen 3.5, 3.6 und 3.7**.

Die 10 größten Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel Deutschlands vereinigen derzeit einen Marktanteil von 85 % auf sich, die 3 größten einen Marktanteil von knapp 50 %. Schätzungen gehen davon aus, dass bis zum Jahr 2010 ca. 175.000 Unternehmen des Einzelhandels aufgeben müssen<sup>3.9</sup>. Auf die führenden 30 Händler entfallen 97 %. Auf die restlichen rund 90 noch nennenswerten und von M + M Eurodata ausgewerteten Lebensmittelhändler kamen 1998 nur noch 3 % des Marktes oder rund 11 Milliarden DM Umsatz, das heißt, dass diese 90 Unternehmen zusammen weniger umgesetzt haben, als ein Unternehmen der Spitzengruppe. Fachleute sprechen von einer kritischen Umsatzmasse von 20 Milliarden DM, um sich mittelfristig am Markt behaupten zu können. Weitere Unternehmensübernahmen sind demnach vorprogrammiert<sup>3.10</sup>.

---

<sup>3.9</sup> Handelsblatt vom 15.04.1998: Industrie wieder im Clinch mit dem Einzelhandel

<sup>3.10</sup> FAZ: 09.03.1999, S. 12: Der Mittelstand wird im Lebensmittelhandel immer unbedeutender

### Abbildung 3.6

Konzentrationsprozesse und deren Ergebnisse im Einzelhandel

Quelle: Eigener Entwurf

URSACHEN DES KONZENTRATIONS-PROZESSES	Steigender Überbesatz an Handelsflächen und daraus resultierender Preiswettbewerb	Internationalisierung
UNTERNEHMENS-ENTWICKLUNG	<b>Internes Wachstum</b> durch <ul style="list-style-type: none"> <li>Filialnetzerweiterungen</li> <li>Akquisition</li> <li>Joint Venture</li> </ul>	<b>Externes Wachstum</b> durch <b>Fusionen</b>
UNTERNEHMENS-ZIELE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marktbesetzung</li> <li>Marktpotentialsteigerungen / Marktbeseztzungspolitik</li> <li>Schaffung von Kosten- und Erlösvorteilen</li> </ul>	
UNTERNEHMENS-SYSTEMTYPEN	<b>Monosysteme</b> mit nur einem Betriebstyp (Z. B. Aldi, Schlecker) <b>Branchensysteme mit mehreren gleichgearteten Betriebstypen</b> der gleichen Branche (Z. B. Globus) <b>Multibranchensysteme</b> mit Betriebstypen unterschiedlicher Branchen (Z. B. Wal Mart) <b>Multisektorensysteme</b> mit über den Einzelhandel hinausgehender Tätigkeit (Z. B. Schickedanz-Gruppe mit Quelle, Karstadt, eigenen Logistik-Unternehmen und weiteren Dienstleistungsbereichen wie Touristik- bzw. Finanzdienstleistungsunternehmen)	
ERGEBNISSE DES KONZENTRATIONS-PROZESSES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stärkste Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel</li> <li>Geringere Konzentrationsprozesse im Nichtlebensmitteleinzelhandel</li> <li>Nationale und internationale Branchenkonzentration</li> <li>Mehrbranchendiversifikation (Angebotsausweitung)</li> </ul>	

Vor 10 Jahren betrug dieser Marktanteil der 10 größten Unternehmen noch 59,1 %, 1980 waren es kaum 30 % <sup>3.11</sup>. Der stetige Konzentrationsprozeß forderte viele Opfer. Die Liste der prominenten Abgänge ist lang. 1997 verschwanden z.B. Wertkauf, KG Dortmund, Kathreiner und Klages von der Landkarte. 1998 wurde Allkauf, einer der Top 10 im Einzelhandel von Metro gekauft. Daneben sorgten aber auch die Verkäufe von Kriegbaum (an Metro) sowie Pfannkuch und Pro Markt (beide an Spar) für erhebliche Strukturveränderungen <sup>3.10</sup>. Vergleiche dazu **Anlage 3.5**.

<sup>3.10</sup> FAZ vom 09.03.1999, S. 12: Der Mittelstand wird im Lebensmittelhandel immer unbedeutender

<sup>3.11</sup> Vogel, Mathias: Lebensmittel-Einzelhandel: Aus Jägern werden Gejagte in: BAG-Handelsmagazin 1-2/99, S. 10 - 12

Aber auch in anderen Handelsbereichen läuft der Konzentrationsprozeß, bzw. der Kampf um die Marktführerschaft. So hat der Drogeriemarktbetreiber Schlecker nach eigenen Angaben in Deutschland mit 6.950 Drogeriemärkten einen Marktanteil von 65 % im Jahre 1997 erreicht, den er durch 450 Neueröffnungen auf 67 % erhöhte<sup>3.12</sup>.

Der Mitbewerber dm Drogerie, die Nummer zwei am deutschen Drogeriemarkt, ist Marktführer in Österreich, Ungarn, Tschechien, der Slowakei, Slowenien und Kroatien. dm betreibt 922 Filialen (1997: 797) davon 435 (Vorjahr 388) im Inland<sup>3.13</sup>.

Im Baumarktbereich wurde die Rewe-Gruppe durch die Übernahme der in Konkurs geratenen Götzen-Gruppe und den Kauf der Stinnes-Baumärkte zum drittstärksten Anbieter in Deutschland nach Obi (Tengelmann-Gruppe) und Praktiker (Metro)<sup>3.14</sup>.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich ein weiterer **Konzentrationsprozeß** bei den Unternehmen des Handels vollziehen wird. Dieser Prozeß wird zunehmend europäischer und globaler. Die Ursachen liegen sowohl im verstärkten Konkurrenzkampf begründet, hervorgerufen auch durch den Markteintritt des weltgrößten Handelsunternehmens Wal-Mart aus den USA im deutschen Handelsmarkt, als auch im z. T. ruinösen Preiswettbewerb.

Gleichzeitig erhält dieser Prozeß immer stärkere Eigendynamik, hervorgerufen durch Preiswettbewerb und wegen der starken Flächenausweitung durch Neueröffnungen - sinkenden Umsätzen je Quadratmeter Verkaufsfläche. Insbesondere im Segment Lebensmitteleinzelhandel wird auf Grund der geringen Renditen (Netto-Umsatzrendite 1998 in den Rewe-Filialbereichen in Deutschland: 0,7 %<sup>3.15</sup>) der Konzentrationsgrad weiter steigen.

Die Unternehmen sind deshalb bestrebt, über die Umsatzsteigerungen ihre Marktstellung zu verbessern. Umsatzzuwächse sind in den letzten Jahren in immer geringerem Maße über verbesserte Raumleistungen erzielbar. Deswegen kann nur über das **Flächenwachstum** die angestrebte Erhöhung der Marktanteile in der Regel durch die Schaffung zusätzlicher Einzelhandelsflächen erzielt werden.

**Zunehmende Differenzierung der Güternachfrage** durch die Konsumenten führt neben einer Sortimentsausweitung ebenfalls zur Schaffung neuer Einzelhandelskapazitäten.

---

<sup>3.12</sup> Handelsblatt vom 14.01.1999, S. 14: Schlecker will 800 neue Drogeriemärkte eröffnen

<sup>3.13</sup> FAZ vom 13.10.1998, S. 21: dm Drogerie will die tausendste Filiale eröffnen

<sup>3.14</sup> Handelsblatt vom 03.12.1998: Heimwerkermarkt / Die Kölner übernehmen 138 Stinnes-Baumärkte: Rewe avanciert zur Nummer drei der Baumarktszene

<sup>3.15</sup> Handelsblatt vom 18.02.1999, S. 12: Wal-Mart mischt den deutschen Lebensmittelmarkt auf: Rewe will beim Preiskrieg nicht mitmachen

### 3.2.2 Struktur der Ladenbetriebstypen und deren Zukunftsperspektiven

Die Betriebsformen im Einzelhandel und deren Definitionen, differenziert nach Lebensmittel (Food) und Nichtlebensmittel (Nonfood) sind in **Anlage 1.2** erläutert. Dabei haben diese Formen langfristig gesehen unterschiedliche Entwicklungschancen. **Abbildung 3.7** vergleicht die Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen zwischen 1980 und 1997, während in **Abbildung 3.8** dieser Einzelhandelsumsatz gemessen in Mrd. DM, wiederum bezogen auf die einzelnen Betriebsformen des Einzelhandels dargestellt ist.

Daraus werden folgende Entwicklungen deutlich, unter Beachtung der Tatsachen, dass ab 1993 eine gesamtdeutsche Betrachtung vorliegt und der erst zu diesem Zeitpunkt betrachteten Betriebsformen Fachmärkte und Lebensmittel-Discounter (**Abbildung 3.9**).

Die Marktanteile der Betriebsformen veränderten sich zwischen 1980 und 1997 in folgenden Relationen. Zuwächse erzielten folgende Betriebsformen:

- **Fachmärkte:** Deren Anteil steigt zwischen 1995 bis 1997 um 5,5 %.
- **Lebensmittel-Discounter:** Ihr Marktanteil steigt zwischen 1993 und 1997 um 9 %.
- **SB-Warenhäuser/Verbrauchermarkte:** Sie können zwischen 1980 und 1993 ihren Marktanteil um 24 % steigern, zwischen 1993 bis 1995 beträgt ihre Zuwachsrate 1,8 %.
- **Verkaufsstände, freie Tankstellen, Lagerverkauf:** Während zwischen 1980 bis 1993 der Marktanteil um 14 % steigt, ist er von 1993 bis 1997 konstant geblieben.

In folgenden Betriebsformen waren innerhalb der Marktanteile Rückgänge zu verzeichnen:

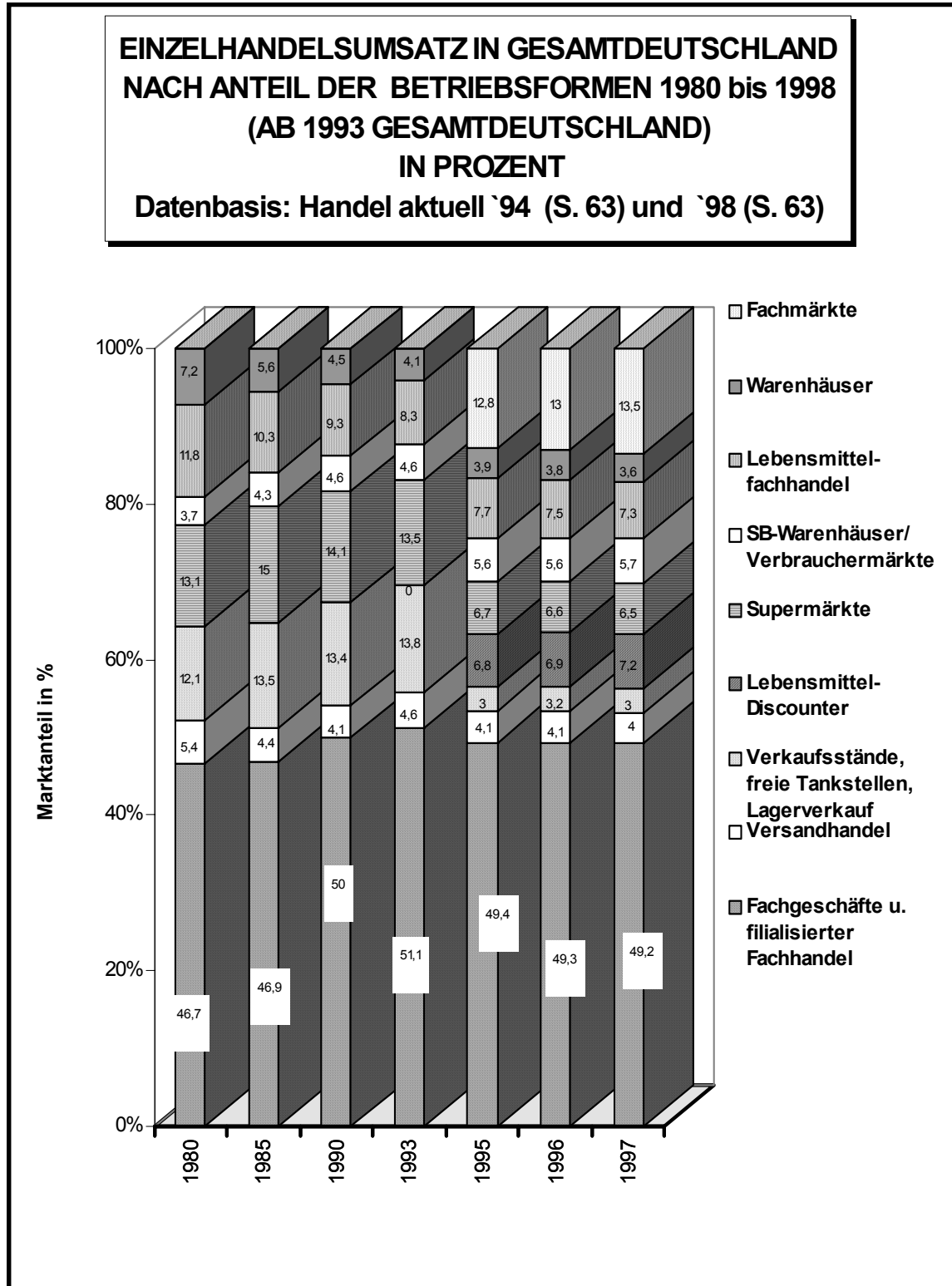
- **Waren- und Kaufhäuser:** Sie verlieren deutlich an Marktanteilen. Zwischen 1980 und 1993 sinkt der Marktanteil um 43 %. Zwischen 1995 bis 1997 sind es weitere 7,7 %.
- **Lebensmittel-Fachhandel:** Zwischen 1980 bis 1993 ist ein Rückgang um 30,2 % zu verzeichnen - zwischen 1995 bis 1997 weitere 5,2 %.
- **Supermärkte:** Zwischen 1980 bis 1993 steigt zwar der Marktanteil um 3 % - bis 1997 fällt er aber wieder um den gleichen Betrag.
- **Fachgeschäfte und filialisierter Fachhandel:** Deren Marktanteile steigen zwischen 1980 bis 1993 um 9,4 %, während von 1993 bis 1997 ein Rückgang um 3,7 % eintritt.
- **Versandhandel:** 14,8 % Steigerung erfolgt zwischen 1980 bis 1993, während bis 1997 ein Rückgang von 13 % zu verzeichnen ist.

Auch hier, wie schon bei der Umsatzentwicklung verlieren insbesondere die Betriebsformen mit hohem innenstadtrelevanten Bezug ihre frühere Präsenz.

**Abbildung 3.7**

Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im Einzelhandel

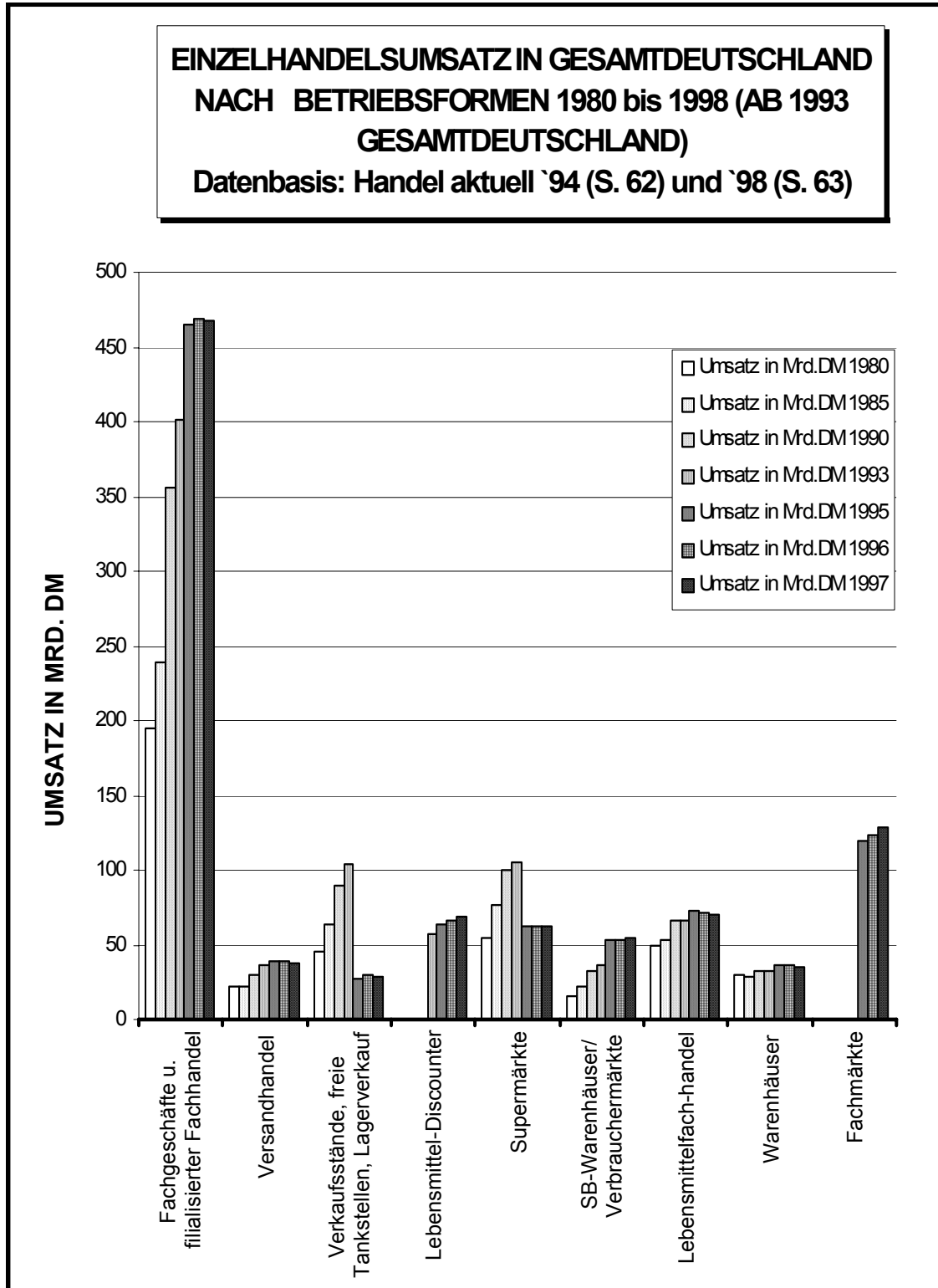
Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '94, '98



**Abbildung 3.8**

Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland nach Betriebsformen

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '94, '98





### • Discountläden als die Betriebsform mit dem größten Entwicklungspotential

Den Discountläden werden hier insbesondere in Deutschland Entwicklungschancen eingeräumt. **Abbildung 3.9** analysiert die aktuelle Situation und beschreibt die besonderen Wachstumssegmente.

#### Abbildung 3.9

Analyse und Wachstumsperspektiven der Discountläden

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.16</sup>

<b>WACHSTUMS- URSACHEN FÜR DIE BETRIEBSFORM DISCOUNTER</b>	<b>Wirtschaftliche und handelspolitische Rahmenbedingungen in Deutschland:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Keine Entlastung der Privathaushalte von Steuern und Abgaben</li><li>• Damit weiterhin schwache Konsumkonjunktur</li><li>• Fehlende Massenkaufkraft durch hohe Arbeitslosigkeit</li><li>• Mangel an Handelsmarketing der Deutschen Händler: Zu vordergründige Preisorientierung</li><li>• Schnäppchenjagd und Smart-Shopping als neuer Einkaufstrend</li><li>• Polarisierung der Märkte in Höherwertige Angebote und Neidrigpreissegmente</li></ul>	
<b>WACHSTUMS- CHANCEN DER VERTRIEBSFORM DISCOUNTER</b>	Die Kundenakzeptanz insbesondere durch den hybriden Verbraucher, der Standardware so preisgünstig wie möglich einkauft, sich aber andererseits auch den Luxuseinkauf gönnt, wird für die weitere Entwicklung dieser preisaggressiven Betriebsform sorgen.	
<b>EINZEL-DISCOUNT-BEREICHE</b>		
<b>LEBENSMITTEL</b>	Gesamtvolumen: 229 Mrd. DM	
	Umsatz 1997: 68,6 Mrd. DM	Marktanteil: 30 % (1993 28 %)
	Bis zum Jahr 2009 Steigerung auf 40 %, wegen	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hoher Kundenakzeptanz</li><li>• Weitere Umsatzsteigerungsmöglichkeiten durch den Verkauf preisgünstiger Handelsmarken (Anteilerhöhung der Handelsmarken bis 2000 auf 25 %: Sättigung bei ca. 27 %)</li></ul>	
<b>DROGERIE- WAREN</b>	Gesamtes Drogeriemarktvolumen: 39 Mrd. DM	
	Umsatz 1997: 6,6 Mrd. DM	Marktanteil: 16,9 %
	Bis zum Jahr 2010 Steigerung auf 20 %	

<b>COMPUTER- UND UNTERHAL- TUNGS- ELEKTRONIK</b>	Marktvolumen: 15,33 Mrd. DM bei Computern 14,59 Mrd. DM bei Unterhaltungselektr.	
	Umsatz 1997: 2,93 Mrd. DM bei Computern 2,6 Mrd. DM bei Unterhaltungselektronik	Marktanteil: 26 %
	Marktanteilszugewinne von bis zu 35 % auf Grund der <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schnellebigkeit der Produkte</li> <li>• Produktkauf durch informierten Verbraucher, daher wenig Beratungsbedarf</li> </ul>	
<b>BAU- UND HEIMWERKER- MÄRKTE</b>	Marktvolumen 1997: 80,3 Mrd. DM	
	Umsatz 1997: 5,2 Mrd. DM	Marktanteil: 6,5 %
	Marktanteilsentwicklung bis 2010 auf 10 % Zukunft liegt im Bau- und Heimwerkerbereich im Fachmarkt, weniger beim Discounter	
<b>TEXTILIEN UND SCHUHE</b>	Marktvolumen Bekleidung 1997: 71,160 Mrd. DM Marktvolumen Schuhe 1997: 14,765 Mrd. DM	
		Marktanteil von 2 bis 4 %
	Marktanteilsentwicklung bis 2010 auf 5 bis 6 % Geringe Entwicklungsmöglichkeiten wegen des in dieser Produktgruppe veränderten Einkaufsverhaltens Zusätzliche Impulse kann in diesem Segment die deutsche Markteinführung der FOC bringen (Vergleiche hierzu <b>Punkt 3.3.3.3</b> )	
<b>PARTIE- DISCOUNTER</b>	Marktvolumen 1997: 3,5 Mrd. DM	
	Marktvolumenentwicklung in 2010 auf 7 Mrd. DM, wegen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologischem Reiz der Schnäppchenjagd</li> <li>• Präsentation von zielgruppen- und trendgruppenorientierten Produkten in ambienteorientierten Ladeneinrichtungen</li> </ul>	
<b>KLEINPREIS- GESCHÄFT DER WARENHÄUSER</b>	Marktanteile werden geringer, es ist höchstens eine Stagnation zu erwarten	

Fachdiscounter verdrängen damit längerfristig die klassischen Supermärkte und Fachgeschäfte.

<sup>3.16</sup> Vierbuchen, Ruth: Der Computerdiscount wird einen Boom erleben - Studie: Die schwache Kaufkraft in Deutschland begünstigt die Preisaggressiven - Die Wachstumsperspektiven bis zum Jahr 2010, in: Handelsblatt vom 22.02.1999, S. 14

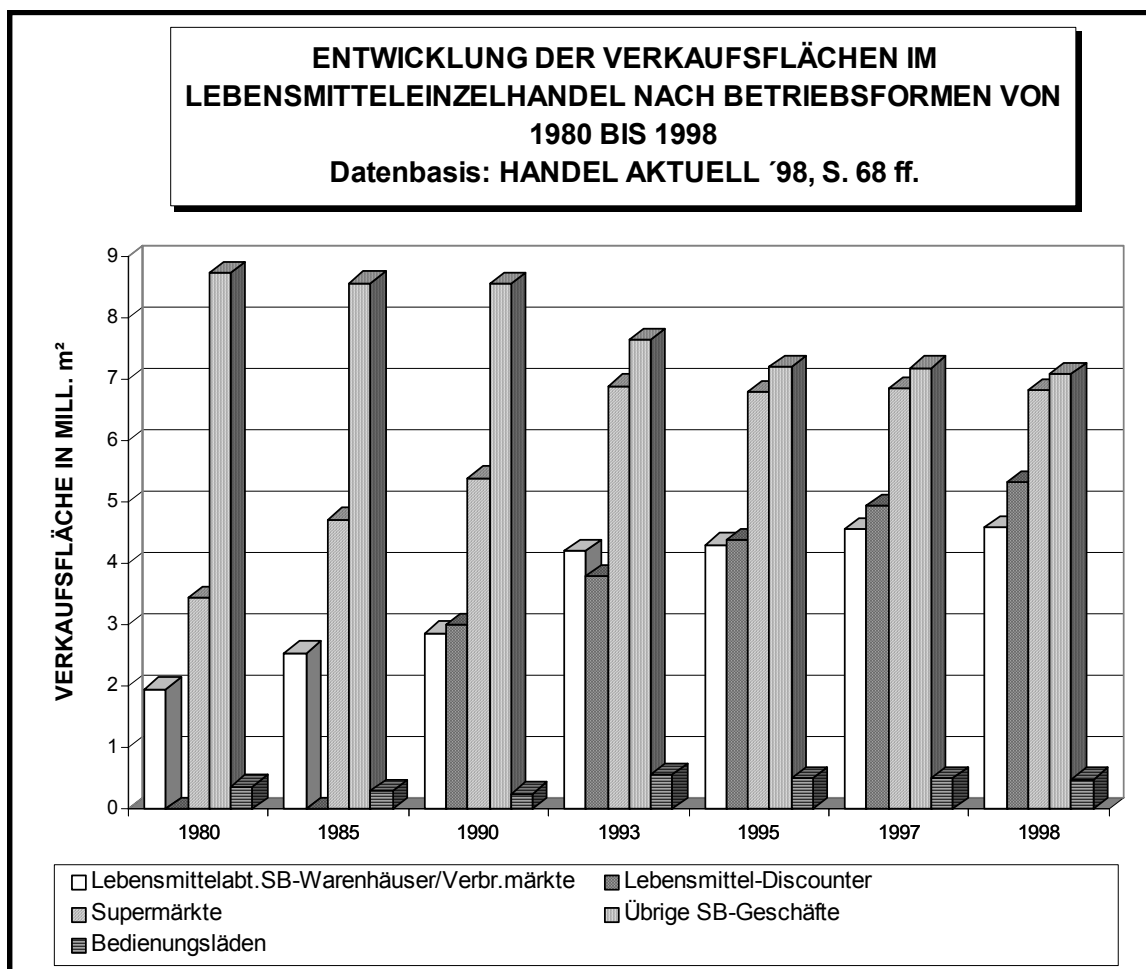
- **Supermärkte ab 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Discounter sind die Betriebsformen im Lebensmittelhandel mit dem größten Wachstumspotential**

Die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel resultierte bisher aus einer Zunahme der großflächigen Verbrauchermärkte und der Discounter. Deren Umsatz ist einerseits wegen der Neueröffnungen bei den Verbrauchermärkten, andererseits auf Grund wachsender Anteile im Nonfood-Bereich bei den Discountern gestiegen. 11 % aller Lebensmittelgeschäfte zählen zu den Verbrauchermärkten (Verkaufsfläche größer 800 m<sup>2</sup>) mit 43 % Umsatzanteil des Lebensmittel-Einzelhandels. Der herkömmliche Supermarkt verliert an Boden. 1998 sind 2.400 Supermärkte geschlossen worden. 69 % aller Lebensmittelgeschäfte in Deutschland (46.000 Stück) vereinigen nur noch 25 % des Umsatzes auf sich <sup>3.3</sup>.

### Abbildung 3.10

Verkaufsflächenentwicklungen im Lebensmittelhandel nach Betriebsformen von 1980 bis 1998 in Deutschland

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '98



3.3

FAZ vom 15.02.1999, S. 19: Weiterhin Verdrängung im Lebensmittelhandel

Bei Lebensmitteln verändern die Fachmärkte die Handelsdynamik in besonderem Umfang. Sie bedrängen Warenhäuser, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Fachgeschäfte.

Inzwischen zeigt sich eine weitere Zäsur im Lebensmitteleinzelhandel. Der Trend geht eindeutig zum Supermarkt, allerdings in einer Großbetriebsform mit Mindestverkaufsflächen ab 4.000 m<sup>2</sup> <sup>3.17</sup>. Damit wird dem Kunden ein Vollsortiment angeboten, vergleichbar dem SB-Warenhaus.

Inwieweit die Betreiber diese Betriebsform auch baurechtlich sicherstellen können, bleibt fraglich. Wenn über neue Standorte zu diskutieren ist, dann immer unter Gesamtbetrachtung der bereits bestehenden Standorte. Bei dem schon jetzt deutlich erkennbaren Überbesatz in den Neuen Ländern werden nur noch minimale Standorterweiterungen bei Aufgabe unwirtschaftlicher Standorte möglich werden. Eine Standortentwicklung in den Städten bzw. auch Stadtzentren scheitert derzeit an den zu hohen Einzelhandelsmieten, auf Grund der bisherigen Baupreispolitik in den Innenstädten.

- **Weiteres Wachstum der Fachmärkte zu Lasten der klassischen Fachgeschäfte**

Innerhalb der Fachanbieter bedrängen Fachmärkte, Fachdiscounter und Servicesupermärkte die klassischen Fachgeschäfte.

- Die Fachgeschäfte werden durch weitere Entwicklungen, wie
  - Verbesserungen der Sortimentskompetenz der SB-Warenhäuser
  - weiterer Differenzierungen der Versandhandelssortimente
  - den Ausbau bestehender und Aufbau neuer Fachfilialunternehmen
  - der Entwicklung eines lokalen platzbezogenen Marketings der Konzerne

bedroht.

- Die bedeutendsten Verlierer bei den Mehrbranchenanbietern sind seit 1973 die Warenhäuser und die konzernangehörigen Kleinpreisgeschäfte (Z. B. Woolworth, Kaufhalle). So waren die Verdränger des Warenhauses Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser, die ihre Sortimentskompetenz stetig ausbauen, vor allem auch - wie Fachmärkte - durch die Nutzung von Warenwirtschaftssystemen, zu denen die klassischen Fachgeschäfte und Warenhäuser nur schwierig Zugang fanden oder finden.

---

<sup>3.17</sup> Handelsblatt vom 05.09.1997: REWE/ Konzernchef Reischl zur Strategie des Handelsriesen: Der Trend geht zum Supermarkt

### **3.2.3 Flächen- und Strukturentwicklung im innerdeutschen Vergleich**

- **Großflächige, preisaggressive Betreiberkonzepte an peripheren Standorten dominieren**

10 Jahre wirtschaftliche Umstrukturierung in den Neuen Ländern haben im Einzelhandel zu einer Handelsstruktur geführt, die folgende Merkmale aufweist:

- Großflächige, preisaggressive Betreiberkonzepte an peripheren Standorten haben sich konsequent durchgesetzt.
- Im Lebensmitteleinzelhandel sank die Zahl der kleinen Geschäfte und deren Umsatzanteil rapide ab. So liegt zum Beispiel der
  - Anteil der Lebensmittel-Discounter, bezogen auf die Anzahl, um 36,8 % höher, der
  - der SB-Warenhäuser um 25 % höher und der
  - der Verbrauchermärkte um 10,6 % höher als in den Alten Ländern, während
  - die SB-Läden mit 11,2 % als auch der Anteil der
  - Supermärkte um 5,3 % niedriger liegen.

Vergleiche hierzu **Abbildung 3.11**.

- Bei Lebensmitteln wie Nichtlebensmitteln liegt der Anteil an Fachdiscountern höher. Gründe liegen hierfür in der rascheren Mobilisierbarkeit von Flächen. So liegt zum Beispiel der
  - Anteil der Lebensmittel-Discounter, bezogen auf die Verkaufsfläche um 72 % höher als in den Alten Ländern, der
  - der Verbrauchermärkte um 5,6 % höher, während
  - die Supermärkte um 25,2 % niedriger liegen als auch
  - der Anteil der SB-Läden mit 23 % weniger.

Vergleiche hierzu **Abbildung 3.12**.

- Durch die einseitige Standortentwicklung im peripheren Bereich konnten sich die vor 1989 vorhandenen innerstädtischen Kaufhausstandortmagneten, die zwar durch große Handelsketten übernommen wurden, nicht weiterentwickeln. Mehrfach wurden sie sogar aufgegeben (Vergleiche hierzu **Punkt 2.3.3**). Auch die weitere City-Entwicklung wurde durch vielfältige Faktoren in ihrer Entwicklung behindert (Vergleiche hierzu **Punkt 2.3.2.5**).

- **Erhebliche Unternehmensrückgänge in Deutschland als auch in Thüringen**

Die Unternehmensentwicklung im Einzelhandel ist ebenfalls rückläufig.

Im Jahr 1996 waren bundesweit im Einzelhandel (ohne Kfz-Handel und Tankstellen) 307.140 Unternehmen tätig (1992 waren es noch 388.414).

Im früheren Bundesgebiet waren davon 259.466 Unternehmen (1992: 328.729 Unternehmen) ansässig. Das entsprach einem Anteil von 84,5 %. Sie beschäftigten 92,3 % aller Einzelhändler und setzten mit 584 Mrd. DM 93,1 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes um.<sup>3.6</sup>

Von den 47.674 Unternehmen (1992: 59.684) in den Neuen Ländern waren 12.246 Einzelhandelsunternehmen in Thüringen ansässig. Gemessen am Gesamtunternehmensbesatz in Deutschland betrug der Anteil Thüringens 3,99 %.

In Thüringen existierten 1992 16.404 Unternehmen. Gegenüber der Unternehmensanzahl von 1996 entspricht das einem Rückgang um 25,3 %.

- **Erheblicher Beschäftigtenabbau**

Dieser Prozeß der Unternehmenskonzentration wird durch einen massiven Beschäftigtenabbau begleitet. 1996 betrug er in Thüringen rund 6.900 Personen bzw. 12,7 %<sup>3.6</sup>.

Während im Durchschnitt der Neuen Länder ca. 4,4 Beschäftigte je Unternehmen gezählt wurden, lag Thüringen bei nur 3,9 (1992 waren es 3,6). Die Alten Länder dagegen beschäftigten 1996 durchschnittlich 9,7 Mitarbeiter je Unternehmen, 1992 waren es erst 8,0. Vergleiche hierzu **Anlage 3.3**.

**Diese Beschäftigtenstruktur ist ebenfalls ein Indiz für den sehr hohen Anteil an großflächigen, weniger arbeitskräfteintensiven Einzelhandelsstrukturen.**

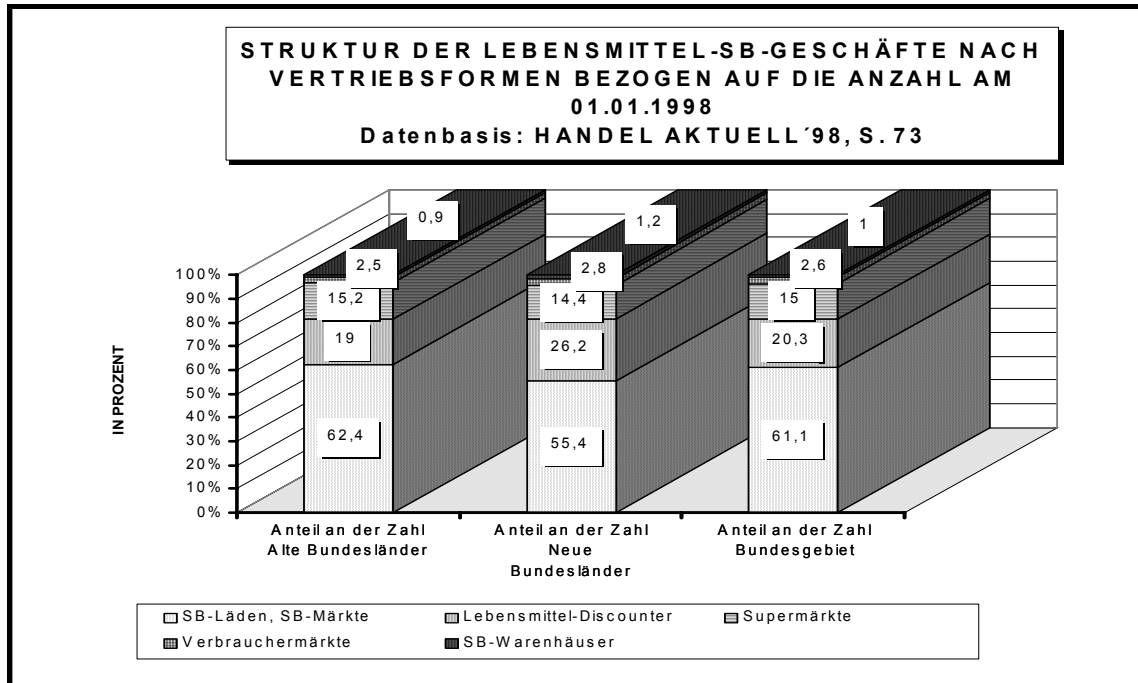
---

<sup>3.6</sup> Weise, Gundula, Uth, Jürgen: Einzelhandel in Thüringen 1996, in: Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Februar 1999

**Abbildung 3.11**

Struktur der Lebensmittel-Geschäfte in Deutschland bezogen auf die Anzahl

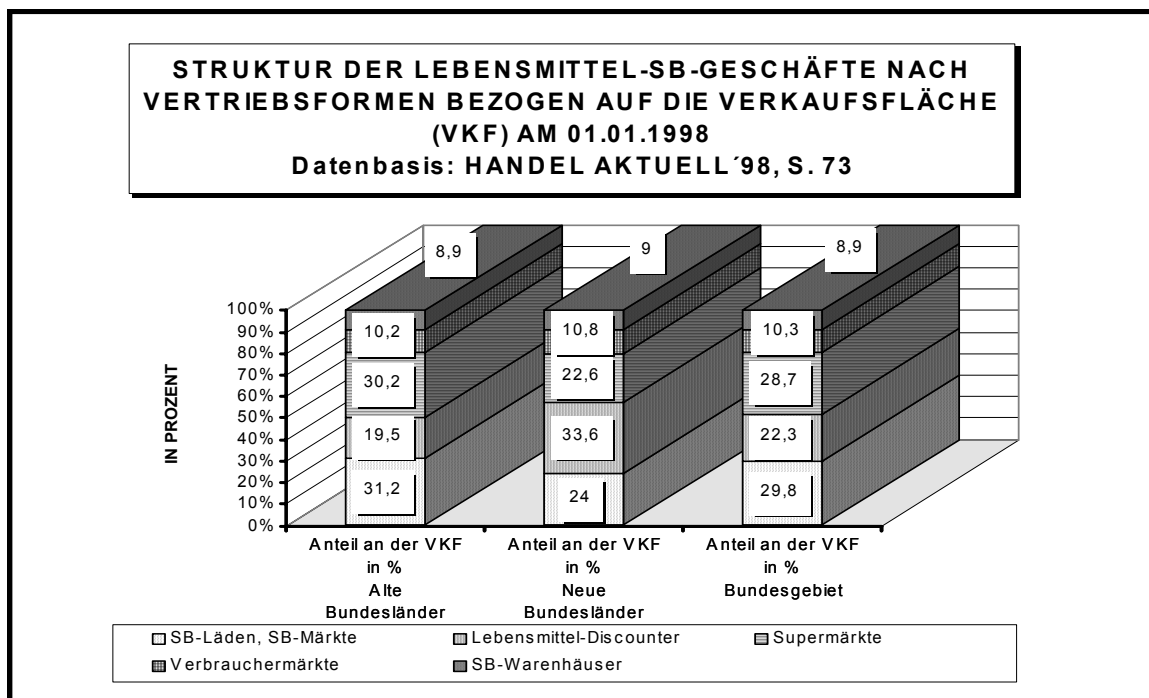
Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '98



**Abbildung 3.12**

Struktur der Lebensmittel-Geschäfte in Deutschland bezogen auf die Verkaufsraumfläche

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '98



### 3.2.4 Entwicklungstendenzen

Aus dem weltweit ablaufenden Konzentrationsprozeß in der Wirtschaft resultieren weitere Entwicklungstendenzen im Einzelhandel. In Europa, dem größten Einzelhandelsmarkt der Welt, werden folgende Tendenzen zu erwarten sein:

- **Weitere Konzentration**

Die Konzentration im Einzelhandel wird weiter voranschreiten - auch im europäischen Maßstab. So kommen die 10 größten Handelsunternehmen in Europa 1998 auf einen Marktanteil von 36,2 % (1991: 27,8 %; 1995: 31,2 %) <sup>3.11</sup>. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel wird der Druck zur Konzentration auch in den nächsten Jahren aufrecht erhalten, während im Nonfood-Bereich geringere Konzentrationsprozesse ablaufen werden.

- **Internationalisierung**

Der Einstieg des weltweit größten Einzelhandelsunternehmens Wal-Mart in den deutschen Markt zeigt, daß die Internationalisierung konstant fortschreitet. Gleichzeitig etablieren sich deutsche Unternehmen im Ausland als auch in Übersee. So ist z.B. Lidl & Schwarz aus Neckarsulm Spitzenreiter für den Discountbereich in Frankreich. In den USA faßte bisher allerdings nur Aldi Fuß. Umgekehrt stieg Intermarchè (Frankreich) bei Spar (Deutschland) ein und öffnete dadurch den europäischen Marktzugang. Die Rewe-Gruppe forciert seit 1993 ihre Auslandsexpansion und ist in Österreich, Italien, Frankreich, Spanien, Polen, Ungarn, Tschechien und in der Slowakei vertreten, wie auch der Drogeriemarktbetreiber dm (beide Deutschland) <sup>3.13, 3.15</sup>.

Die Gründe für diesen Prozeß liegen im ökonomischen Bereich, wie z. B.

- Markterweiterungen bis hin zur Marktführerschaft
- Synergien in Einkauf, Logistik und Verwaltung
- Nutzung der Kapitalmärkte und des Kundenpotentials im jeweiligen Land.

- **Verschärfung des Wettbewerbes durch Preiskampf und Verkaufsflächenzuwachs**

Vorhandene wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Verkaufsflächenüberhänge sorgen für eine weitere Wettbewerbsverschärfung. In Großbritannien erzielt der Lebensmittel-einzelhandel eine Rendite von 5 bis 7 % bei einem Umsatz je Quadratmeter von bis zu dem 2,5fachen des deutschen Wertes. Ursache hierfür ist die nur halb so große Verkaufsflächenanzahl <sup>3.15</sup>.

<sup>3.11</sup> Vogel, Mathias: Lebensmittel-Einzelhandel: Aus Jägern werden Gejagte, in: BAG- Handelsmagazin 1-2/99, S. 10 - 12

<sup>3.13</sup> FAZ vom 13.10.1998, S. 21: dm Drogerie will die tausendste Filiale eröffnen

<sup>3.15</sup> Handelsblatt vom 18.02.1999, S. 12: Wal-Mart mischt den deutschen Lebensmittelmarkt auf: Rewe will beim Preiskrieg nicht mitmachen



Durch Erhöhung der durchschnittlichen Verkaufsflächen je Einzelobjekt als auch grundsätzlich wird aufgrund der Anforderungen aus der Nachfragerseite nach Zurschaustellung von größeren zusammenhängenden Angeboten eine verbesserte Wirtschaftlichkeit erzielt. Bei der EDEKA-Gruppe (Deutschland) lagen die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Markt 1996 bei 394 m<sup>2</sup> und 1997 bei 424 m<sup>2</sup>. Per Saldo verringerte sich die Anzahl der Geschäfte um 1,7% auf 10.610 - gleichzeitig erhöhte sich die Gesamtverkaufsfläche um 4,6% auf rund 4,5 Mill. m<sup>2</sup>.<sup>3.18</sup> In Deutschland wird versucht, durch massiven Preiswettbewerb, bzw. durch Expansion im Markt zu bestehen. Tendenz ist ein ruinöser Wettbewerb, der mittelfristig zur Schließung unwirtschaftlicher Verkaufsflächen, insbesondere im ländliche Raum führen wird.

- **Substituierung von Arbeitskräften durch Verkaufsfläche**

Nach Auffassung der Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen (HBV) sind seit 1994 durch die fortschreitende Konzentration rund 60.000 Arbeitsplätze entfallen. Weiterer Arbeitsplatzabbau wird durch den Strukturwandel in Richtung preisaggressiver und großflächiger Betriebsformen befürchtet<sup>3.11</sup>.

- **Konfliktpotential zwischen Handel und Industrie**

Mit der Unternehmenskonzentration wächst eine Nachfragemacht heran, die insbesondere der mittelständisch orientierten Industrie als Lieferant des Handels Preise und Konditionen diktieren kann. Fachleute sprechen zwar noch von einer Patt-Situation, abhängig davon, inwieweit die Herstellerseite neben dem klassischen Lebensmittel-Einzelhandel weitere Kunden beliefert. Betroffene werden aber immer mehr die Kleinlieferanten sein, die dann nicht mehr bei den Großen gelistet werden. Ähnliche Problemstellung ergab sich mit der Listung der im Aufbau befindlichen ostdeutschen Lebensmittelproduzenten, die anfänglich nur sehr schwer und danach nur durch verstärkten Druck von politischer und von Käufernachfrageseite in die Regale der Lebensmittel-Anbieter fanden.

- **Weiteres Flächenwachstum von Betriebsformen in preisaggressiven Segmenten als auch bei fachmarkttypischen Angebotsstrukturen**

Bedingt durch die besondere Kundenakzeptanz werden die Discountbetriebsformen weiter expandieren. Im besonderem Maße wird eine Kundenbindung langfristig auf markenorientierte Produkte ein Entscheidungskriterium für die preisaggressiven Formen darstellen. Die Kundenorientierung auf kaufkraftstarkes Käuferklientel in Kombination mit Produktpositionierung kann auch die Betriebsform Warenhaus wieder reaktivieren.

---

<sup>3.11</sup> Vogel, Mathias: Lebensmittel-Einzelhandel: Aus Jägern werden Gejagte, in: BAG- Handelsmagazin 1-2/99, S. 10 - 12

<sup>3.15</sup> Handelsblatt vom 18.02.1999, S. 12: Wal-Mart mischt den deutschen Lebensmittelmarkt auf: Rewe will beim Preiskrieg nicht mitmachen

<sup>3.18</sup> Handelsblatt vom 09.06.1998: EDEKA / Filialstruktur verbessert - Durchschnittliche Verkaufsfläche im vergangenen Jahr gestiegen

- **Qualitatives Wachstum mit intelligenter Logistik als Alternative**

Zur weiteren Kundenbindung versuchen die Unternehmen Verbesserungen in der Angebotsstruktur und durch die Kundenbindung an eigene Hausmarken. Als entscheidender Wettbewerbsvorteil wird die sinnvolle Logistik auf dem Weg von der Fertigung zum Verbraucher gesehen<sup>3.13</sup>.

Als andere Alternative wird die exakte Steuerung der Sortimentsstruktur durch Data Warehouse bei bester Warenpräsentation gesehen. Der Verzicht auf Warenlager ist die positive Folge, Wareneinkauf und Lagerung werden aber faktisch auf den Zulieferer abgewälzt. Der Handelsanbieter stellt lediglich in einer Art Reservierungssystem die Verkaufsflächen zur Verfügung. Der Zulieferer wird angewiesen, wann er welche Produkte innerhalb der Fläche aufzustellen hat (Supply Chain Managment). Die Bezahlung erfolgt erst nach Verkauf des Produktes an der Kasse. Dieses System wird durch Wal Mart, USA erfolgreich angewendet<sup>3.19</sup>. Renditeerwartungen liegen nach eigenen Angaben bei durchschnittlich 8 %.

- **Neuorientierung des deutschen Einzelhandels am Kunden**

Um im Prozeß der Internationalisierung zu bestehen, muß der deutsche Einzelhandel neue Konzepte entwickeln, die grundsätzlich folgende Orientierungen haben müssen:

- Orientierung auf Konsumentenproduktivität (Klarheit des Angebotes, Auswahl, Kontrolle, Kommunikation, Check out)
- Markt- und Wettbewerbsorientierung
- Kunden- und Mitarbeiterorientierung
- Weg vom Discount, hin zur Marketing Orientierung (Kundenbindung)

---

<sup>3.13</sup> FAZ vom 13.10.1998, S. 21: dm Drogerie will die tausendste Filiale eröffnen

<sup>3.19</sup> Handelsblatt vom 14.01.1999, S. 14: Supply Chain Managment und Data Warehouse bringen Wettbewerbsvorteile: Wal Mart ist der Meister der Wertschöpfungskette

### 3.3 Standort- und Flächendynamik

#### 3.3.1 Standortentwicklung des Einzelhandels

Groß- und Einzelhandelsunternehmen haben sich seit dem frühesten Mittelalter in räumlichen Agglomerationen niedergelassen. Bevorzugter Standort waren der Marktplatz, oft gleichbedeutend mit dem Stadtzentrum. Denn erst durch das Marktrecht wurde das Dorf zur Stadt. Mit der Verkehrserschließung durch die Eisenbahn erhielt der Handel weiteren Aufschwung, insbesondere auch durch die Ansiedlung zwischen alten Stadtkernen und neuen Verkehrsknotenpunkten, den Bahnhofsstraßen.

Mit der weiteren Stadterweiterung sicherte sich der Einzelhandel zusätzliche Standorte, auch aus der Maßgabe heraus, daß die Citys keine Flächenerweiterungen mehr zuließen, wie

- ausgebaute Vorstadtzentren
- ausgestattete Klein- und Mittelstadtzentren
- integrierte und nichtintegrierte Einkaufszentren
- nichtintegrierte Verbrauchermärkte und Fachmärkte <sup>3.20</sup>.

So entstand eine Nachfragestruktur mit der Dominanz des Handelsstandortes Innenstadt. In prozentualer Lageverteilung dargestellt heißt das, dass ca. 70 % der Handelsflächen stadtorientiert sind, während ca. 30 % der Flächen peripher entwickelt wurden.

Diese kontinuierliche Entwicklung war in den Neuen Ländern nicht zu verzeichnen. So waren zwar die Ausgangsbedingungen nach 1945 gleich, aber die im Rahmen des Marshall-Planes gewährten Aufbauhilfen durch die Alliierten wurden nur in den Westzonen wirksam. Die Ostzone, aus der heraus die DDR konstituiert wurde, hatte über Jahrzehnte Reparationen gegenüber der Sowjetunion zu tragen, so dass eine städtische Zentrenentwicklung erst verspätet, wenn überhaupt einsetzte. Durch die Grundideologie des Sozialismus geprägt, entstand nie eine Handelsvielfalt in den Städten selbst. Die noch vor 1945 reichhaltig vorhandenen Handelsflächen in den Städten, so sie nicht durch die Kriegseinwirkungen zerstört waren, wurden in erheblichem Maße zweckentfremdet. Handel war zuletzt nur noch Mangelverwaltung und Verteilung von Mangelwaren insbesondere im Bereich der Industriewaren, während die Versorgung mit Grundnahrungsmitteln nie ein Engpaß war.

Der nach 1989 umfänglich einsetzenden Warennachfrage konnten die dezimierten Handelsflächen in den Städten nicht gerecht werden. Kurzfristige Abhilfe brachten nur Flächen in der städtischen Peripherie. Diese Entwicklung ist ausführlich unter **Punkt 2** beschrieben.

Im Ergebnis dessen liegt die Standortkonzentration des Handels im peripheren Bereich (ca. 70 %), während nur ca. 30 % der Handelsflächen städtisch orientiert sind.

---

<sup>3.20</sup> Tietz, Bruno, Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt/Main, 1992, S. 511 ff.

### 3.3.2 Einzelhandelsnetze und Einflußfaktoren der Standortdynamik

So haben sich auch die Netze des Einzelhandels unterschiedlich entwickelt. Entsprechend der oben genannten Standortentwicklung dominiert in den Alten Ländern das innerörtliche Zentren- und Streulagennetz, während in den Neuen Ländern das außerörtliche Zentren- und Streulagennetz überwiegt.

Neben den herkömmlichen Handelsnetzen (Vergleiche hierzu **Abbildung 2.6**)

- Innerörtliches Zentren- und Streulagennetz (Primäres Ladeneinzelhandelsnetz)
- Außerörtliches Zentren- und Streulagennetz (Sekundäres Ladeneinzelhandelsnetz)
- Versand- und Direktvertriebsnetz (Tertiäres Handelsnetz)
- Automobil- und Tankstellennetz (Quartäres Ladeneinzelhandelsnetz)

wird dem Medialen Handelsnetz eine überdurchschnittliche Entwicklungsrate bescheinigt.

#### • Mediales Handelsnetz und seine Entwicklungsperspektiven

Das E-Commerce ist eine besondere Vertriebsform im Versand- und Direktvertriebsnetz. Aus den aktuellen Entwicklungen heraus sind in **Abbildung 3.13** Merkmale des E-Commerce zusammengefaßt.

#### Abbildung 3.13

Mediales Handelsnetz: E-Commerce

Eigener Entwurf; Quelle: Eigene Ermittlungen

**E-Commerce ist die Abwicklung von Handelsgeschäften zwischen Unternehmen, als auch im Endkundengeschäft über ein mediales Medium, z. B. das Internet, das direkte Verkaufstransaktionen erlaubt. Vorreiter beim Electronic-Commerce in Deutschland sind die Handelskonzerne, die Computerunternehmen und die Finanzdienstleister.**

<b>MEDIALES MEDIUM: INTERNET</b>	Führend ist auf diesem Sektor die USA mit einem Weltmarktanteil von ca. 80 % <sup>3.21</sup> . In Deutschland wurden 1999 über 9,4 Mio. Internet-Anschlüsse zur Voraussetzung für den elektronischen Geschäftsverkehr (1996 2,8 Mio.) <sup>3.22</sup> .
<b>ANWENDUNGSBEREICHE</b>	Endkundengeschäft (Online-retail), mit den Vorteilen: <sup>3.23, 3.24</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitersparnis und Bequemlichkeit für den Kunden</li> <li>• Anwendungsbereiche Produktkauf: Bücher, Computer/Software, CD's, Kleidung, Sport- und Geschenkartikel, Unterhaltungselektronik, Haushaltsartikel, Kosmetik u. Lebensmittel</li> <li>• Anwendungsbereiche Dienstleistungen: Online-Banking, Ticketbuchungen etc.</li> </ul>

	<p>Handel zwischen Unternehmen mit den Vorteilen: <sup>3.21</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senkung der Lagerbestände</li> <li>• Senkung des Verwaltungsaufwandes</li> </ul> <p>Senkung der Einzelhandelskosten</p>
	<p><b>Nachteile:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine direkten und aktiven Ansprachen (Kunde muß Angebote im Internet suchen)</li> <li>• Fehlender persönlicher Kontakt</li> <li>• Keine persönlichen Beratungen</li> </ul>
<b>UMSATZENTWICKLUNG</b>	<p>Im Maximum ca. 5 % des Einzelhandelsumsatzes im Jahre 2005 <sup>3.24</sup></p>
<b>AUSWIRKUNGEN AUF DIE HANDELSSTRUKTUR</b>	<p><b>Flächensubstitution:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristiger Ersatz von Einzelhandelsflächen durch E-Commerce insbesondere in den Bereichen für nicht "haptische" Güter, wie z. B. mediale Erzeugnisse, Elektrogeräte etc.</li> <li>• Betroffene Betriebsformen sind in der Hauptsache SB-Warenhäuser und Fachmärkte (<b>Sekundäres Ladennetz</b>), wenn durch E-Commerce die Logistik bzw. das Anlieferungsproblem gelöst werden kann.</li> <li>• Der ambienteorientierte Handel für kaum E-Commercegeeignete Sortimente hat gute Zukunftsaussichten. Sein natürlicher Standort ist in Europa die Innenstadt.</li> </ul>

#### • Einflußfaktoren in der Standortdynamik

Die bisherige als auch die künftige Entwicklung des Einzelhandels ist von folgenden Entwicklungen abhängig:

- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Unternehmen
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Kunden (Kaufkraft)
- Standortverfügbarkeit innerhalb und außerhalb von Siedlungsgebieten
- Verkehrstechnische Standorterschließung
- Veränderung der Flächenproduktivität

Auch hier sind die jetzigen Bedingungen zwischen Alten und Neuen Ländern durchaus stark differenziert zu betrachten, wie in **Abbildung 3.14** zusammengefaßt ist. Die einzelnen Einflußfaktoren zur Standortdynamik haben folgende Wichtung in diesem Prozeß, dargestellt in **Abbildung 3.15**.

- <sup>3.21</sup> Handelsblatt vom 20.10.1998: Elektronische Märkte / Nach der Internet-Tagung in Ottawa liegt die Initiative bei der Privatwirtschaft: Freies Kräftespiel auf dem Datenhighway
- <sup>3.22</sup> Handelsblatt vom 18.02.1999: DIW sieht Klärungsbedarf bei der Besteuerung grenzüberschreitender Geschäfte: Gute Chancen für Internethandel in Deutschland
- <sup>3.23</sup> Rahlenbeck, Eckhard: Elektronischer Handel / Berlins Testmarkt für Online-Shopping: Lebensmitteleinkauf per Mausklick, in: Handelsblatt vom 25.08.1998
- <sup>3.24</sup> Keller, Roland: E-Commerce / Traffic sells - Medienhäuser steigen ins Einzelhandelsgeschäft ein: Im Vorbeiklicken Kameras und Bücher verkaufen, in: Handelsblatt vom 01.12.1998, S. 46

### • Auswirkungen der Standortdynamik auf die Handelsnetzstrukturen in Deutschland

Die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen in der Handelsnetzstruktur führen demzufolge zu differenzierten Entwicklungsbedingungen. In **Abbildung 3.16** werden diese Netzbedingungen untersucht und deren Entwicklungspotentiale eingeschätzt.

#### Abbildung 3.14

Ausgangsbedingungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

Quelle: Eigener Entwurf

	ALTE LÄNDER	NEUE LÄNDER
<b>KAUFKRAFT</b>	<b>Die Kaufkraft der Alten Länder liegt im Durchschnitt um ca. 23 % höher als in den Neuen Ländern</b>	
<b>STANDORT-VERFÜGBARKEIT</b> • <b>INNERHALB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geringere Verfügbarkeit, da dichte Bebauungsstrukturen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Größere Verfügbarkeiten durch Industriebrachen bzw. Konversionsflächen</li> </ul>
• <b>UND AUSSERHALB VON SIEDLUNGSGEBIETEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bis auf Ausnahmen in Ballungsgebieten geringere Flächendominanz in der Peripherie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Großzügige Flächenexpansionen im peripheren Nahbereich der Städte, damit Standortverfestigung des sekundären Ladennetzes</li> </ul>
<b>VERKEHRS-TECHNISCHE STANDORTERSCHLIESSUNG</b>	Ausgebaute Netze des fließenden und ruhenden Verkehrs, solange nicht politisch gewollte Restriktionen ein Ungleichgewicht herstellen	Nachholebedarf in den Stadtzentren, wegen <ul style="list-style-type: none"> <li>Erschließungsdefiziten im fließenden Verkehr</li> <li>geringerer Parkstände</li> </ul>
<b>VERÄNDERUNG DER FLÄCHENPRODUKTIVITÄT (DM JE m² VERKAUFSFLÄCHE)</b>	Niedrigere Werte als in den Neuen Ländern, wegen <ul style="list-style-type: none"> <li>gewachsener Standortstrukturen mit geringeren Agglomerationszentren</li> </ul>	Höhere Flächenproduktivität, wegen <ul style="list-style-type: none"> <li>Standortentwicklungen mit massiven Flächenkonzentrationen an verkehrsgünstig erschlossenen Standorten (Periphere Shopping-Center)</li> <li>Stärkeres Spar- und Umweltdenken der Bevölkerung fördert die Flächenproduktivität</li> </ul>

### Abbildung 3.15

Einflußfaktoren der Standortdynamik

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.20</sup>

<b>EINFLUSSFAKTOREN DER STANDORTDYNAMIK</b>	
Das <b>Auto</b> als standortprägender Faktor: Die Lage des Einzelhandelsstandortes ist in zunehmenden Maße von seiner verkehrlichen Erreichbarkeit mit dem PKW abhängig.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daraus resultierend besteht die Notwendigkeit von ausreichendem Parkplatzbesatz.</li> </ul>	
<b>Arbeitsteilung zwischen Stadtrandnetz und Innenstadtnetz</b> (Verkehrs-, Flächen- und Sortimentsaspekte)	
<b>Standorteignung von Betriebstypen</b>	
<p>Folgende Betriebstypenmerkmale votieren für Cityeignung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spitzenqualität</li> <li>• Serviceorientierte Kombination von Waren und Dienstleistungen</li> <li>• Geeignete Kombination von Kauf-Kultur und Ambiente</li> <li>• Bekleidungsangebot für spezielle Rollen und Ereignisse</li> <li>• Gehobene Freizeitangebote verbunden mit Handelselementen</li> <li>• Mittleres bis gehobenes Entertainment</li> </ul> <p>Folgende Betriebstypenmerkmale votieren für Stadtrandeignung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Großflächige Betriebsformen</li> <li>• Betriebe mit Orientierung an Eigenheim, Garten und Autowaren</li> <li>• Bekleidungsangebot für normale Rollen (Freizeit, Beruf, Hobby)</li> </ul>	
<b>Standortakzeptanz der Konsumenten</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittel</li> <li>• Bauwaren</li> <li>• Bekleidung</li> </ul>	<p>Stadtrand in SB-Warenhaus, Supermarkt, Fachdiscounter</p> <p>Stadtrand und Streulagen in Fachmarktzentren bzw. Baumärkten</p> <p>Hauptgeschäftszentren, Vorstadtzentren, Stadtrandfachmarkt</p>
<b>Standortdynamik der Sortimente</b>	
Immer mehr Waren werden an mehr Standorten als bisher angeboten (Citysortimente für Streulagen als auch im sekundären Netz)	
<b>Grundstückspreise und Mieten</b>	
<b>Verkehrspolitik</b>	

<sup>3.20</sup>

Tietz, Bruno, Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt/Main, 1992, S. 512 ff.

**Abbildung 3.16**

Auswirkungen der Standortdynamik auf die Handelsnetzstrukturen in Deutschland

Quelle: Eigener Entwurf

	ALTE LÄNDER	NEUE LÄNDER
<b>INNER-ÖRTLICHES ZENTREN-UND STREULAGEN-NETZ</b>	<u>City-Netz:</u> Geringes Wachstum wegen hoher Bebauungsdichte Lediglich in Einzelfällen Erweiterungsmöglichkeiten durch Entwicklung von Brachflächen der Bahn, Post oder des Militärs  <u>Streulagen-Netz:</u> Rückläufige Entwicklung	<u>City-Netz:</u> Netzstabilisierung zu Lasten des sekundären Netzes möglich, wenn <ul style="list-style-type: none"> <li>politische Konsequenz zur innerstädtischen Standortentwicklung konsequent verfolgt wird, und die</li> <li>vorhandenen Gesetzmäßigkeiten zur Raumordnung, Bauplanung und Bauordnung konsequent angewendet, bzw. verschärft werden</li> </ul> <u>Streulagen-Netz:</u> Stagnierung bzw. Ausdünnung in den kleineren Gemeinden
<b>AUSSER-ÖRTLICHES ZENTREN-UND STREULAGEN-NETZ</b>	Stärkeres Wachstums, da schwerpunktmäßig autokundenorientierte Käufer angesprochen werden (Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Fachmärkte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stabilisierung des vorhandenen Netzes</li> <li>Entwicklungsbegrenzung durch politische und wirtschaftliche Rahmensetzungen zu Gunsten des primären Netzes</li> </ul>
<b>VERSAND-UND DIREKT-VERTRIEBS-NETZ</b>	Wachsende Bedeutung aufgrund der Mediendynamik	Starkes Wachstum in ländlichen Regionen wegen der weiteren Netzausdünnung des primären und sekundären Ladeneinzelhandelsnetzes
<b>MEDIALES HANDELS-NETZ</b>	Wachstum bis auf ca. 5 % des Einzelhandelsumsatzes (2005) zu Lasten des sekundären Ladeneinzelhandels	
<b>AUTOMOBIL- UND TANK-STELLEN-NETZ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weitere Abkopplung vom stationären Nichtladenhandel aufgrund seiner Eigendynamik in den Bereichen Kfz-Handel und Brennstoffhandel</li> <li>Bedeutungsrückgang beim Handel mit Lebensmitteln zu Gunsten des primären und sekundären Netzes unter Ansatz der weiteren Liberalisierung des Ladenschlusses</li> </ul>	



### 3.3.3 Einzelstandortentwicklungen mit nachhaltigen Auswirkungen auf Raumordnung und Städtebau

#### 3.3.3.1 Shopping-Center

Shopping-Center sind ein tragendes Element der europäischen Handelslandschaft, bedenkt man den Flächenanteil mit 48,5 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Erlös von 5.000 US-\$ je m<sup>2</sup> und Jahr. Die Klassifizierung von Shopping-Centern unterliegt Merkmalen, zusammengefaßt in **Abbildung 2.23**.

International gesehen hat die Ausstattung mit Verkaufsflächen je Konsumenten Dimensionen erreicht, wie sie in **Abbildung 3.17** zusammengefaßt sind.

#### Abbildung 3.17

Ausstattung in Shopping-Center-Verkaufsfläche je Konsument in ausgewählten Ländern

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.25</sup>

STAAT / LAND	m <sup>2</sup> SHOPPING-CENTER-VERKAUFSRAUM-FLÄCHE JE KONSUMENT	EINKAUFSZENTREN-FLÄCHE IN % ZUR GESAMTEN VERKAUFSFLÄCHE (1994)
USA	1,7	
Großbritannien	0,25	31
Frankreich	0,22	25,9
Deutschland	0,09	8,4
Spanien		8,6
Italien		6,2
Brandenburg	0,291	
Thüringen	0,116	
Hamburg	0,19	
Baden-Württemberg	0,031	

Diese Entwicklung ist noch nicht abgeschlossen. Insbesondere in den Reformstaaten des früheren Ostblocks, bzw. auch in den Neuen Ländern (Vgl. **Punkt 2.3.2.4**) ist diese Dynamik ungebrochen. Vergleiche hierzu auch die Zusammenstellung in **Anlage 3.8** der in Deutschland vorhandenen und geplanten Shopping-Center.

<sup>3.25</sup>

Troestl, Thomas Oliver: Shopping-Center, in: Immobilien-Manager Heft 5/95, S. 18 - 24

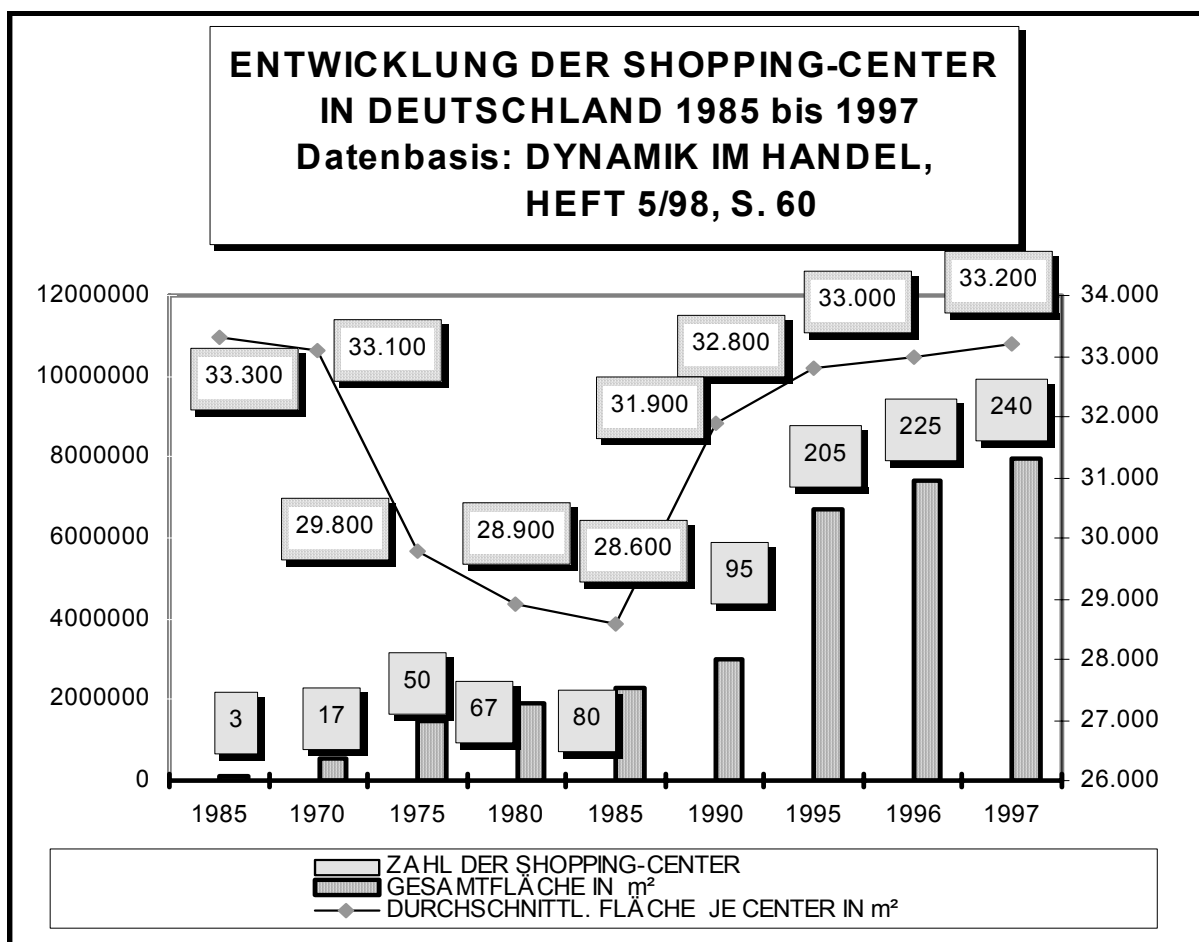
### • Flächenentwicklung in Deutschland

In Deutschland gibt es über 240 Shopping-Center mit einer Center-Fläche von ca. 7.971.700 m<sup>2</sup> (Stand 31.12.1997). Im Zuge der Wiedervereinigung kam es zu einer wahren Shopping-Center-Explosion, mit dem Ergebnis, dass sich die Zahl der Center von 1990 bis 1997 von 95 auf 240 und die Gesamtfläche mehr als verdoppelte. **Abbildung 3.18** zeigt diese Entwicklung innerhalb Deutschlands im Zeitraum von 1985 bis 1997.

#### Abbildung 3.18

Entwicklung der Shopping-Center in Deutschland von 1985 bis 1997

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Dynamik im Handel 5/98



Insbesondere die neuen Bundesländern wurden Spitzenreiter. Führend sind hier hinsichtlich der Dichte (Shopping-Center-Fläche je 1.000 Einwohner) die Bundesländer Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen. Nominal führt diese Entwicklung Nordrhein-Westfalen mit 37 Centern bei einer Gesamtfläche von 1.235.300 m<sup>2</sup> an, gefolgt von Sachsen (947.300 m<sup>2</sup>) und Brandenburg (739.200 m<sup>2</sup>). In Thüringen ist diese Expansion nicht verwirklicht worden. Vergleiche hierzu 2.3.2.4 und Anlage 3.9.

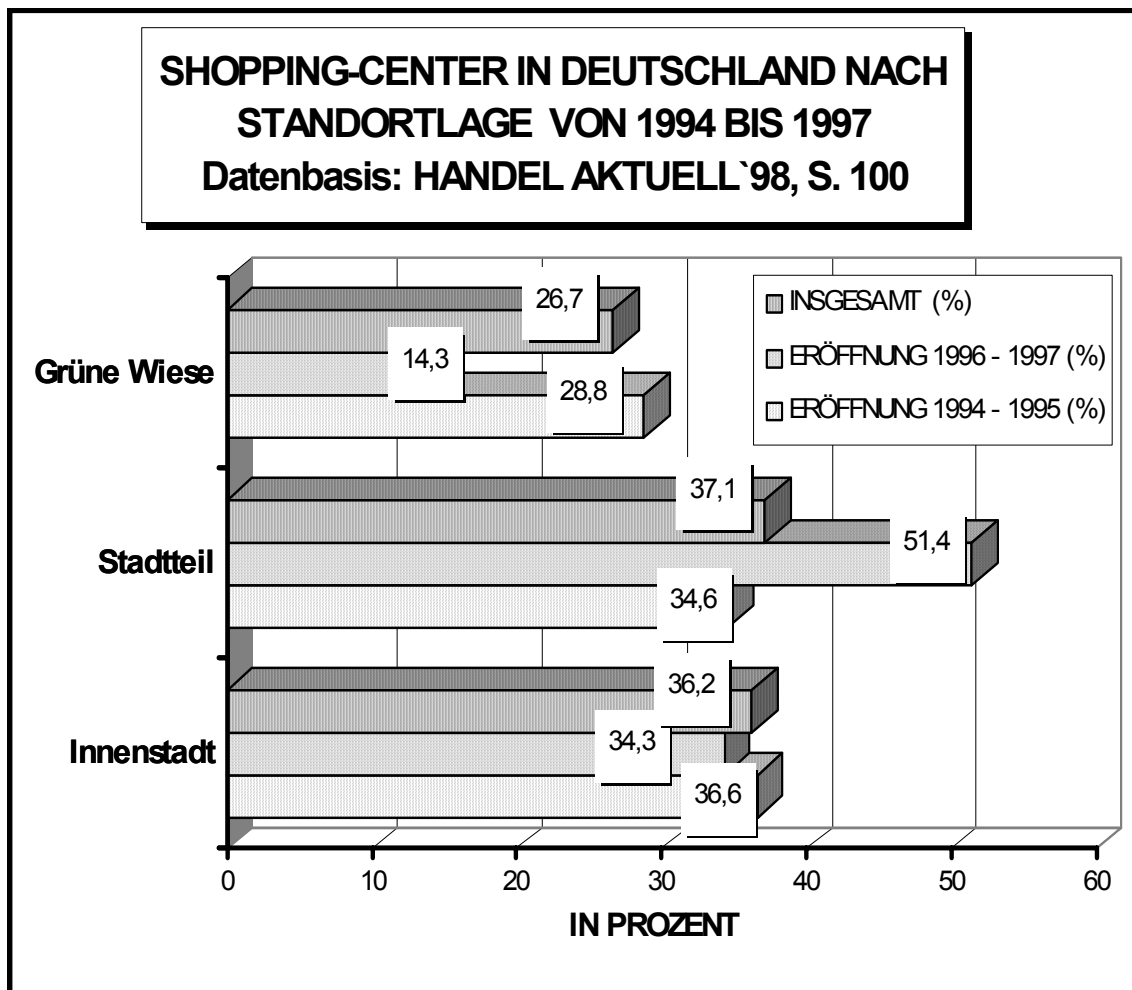
### • Standort- und Lageentwicklung in Deutschland

Shopping-Center wurden als reine Fachmarktzentren oder zum regionalen Center mit eindeutiger Dominanz eines großflächigen SB-Warenhauses entwickelt. 1964 wurde das erste Einkaufszentrum dieser Kategorie eröffnet. Seit dem hat sich die Gesamtfläche dieser Shopping Center auf das 80igfache gesteigert. Anfänglich wurden diese Fachmarktzentren randstädtisch bzw. auf der "grünen Wiese" – realisiert. Es fällt auf, dass in den Neuen Ländern und hier außer in Thüringen Shopping-Center fast ausschließlich peripher etabliert wurden. Vergleiche hierzu **Anlage 3.9**. Seit 1996 ist ein Trend in der Standortentwicklung zum Stadtteil - als auch zur Innenstadt zu erkennen (**Abbildung 3.19**). Viele Umstrukturierungen bzw. Erweiterungen vorhandener Standorte sind parallel laufende Strukturentwicklungen (So wurde Deutschlands ältestes Einkaufszentrum - das 1964 errichtete MTZ Main-Taunus-Centrum in Sulzbach bei Frankfurt/Main 1998 um ca. 3.000 m<sup>2</sup> erweitert.).

**Abbildung 3.19**

Standortentwicklung der Shopping-Center in Deutschland von 1994 bis 1997

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: Handel aktuell '98



Im Branchenmix zeigt sich deutlich, dass Verbrauchermärkte bzw. SB-Warenhäuser als Hauptmagneten fungieren, während klassische Warenhäuser in der Minderzahl sind.

Betreiberseitig zeichnet sich ebenfalls eine Konzentration ab. Führend sind hier in Deutschland die ECE Projektmanagement GmbH Hamburg (40 Center mit 1.252.700 m<sup>2</sup>) bzw. GMG Center Management EntwicklungsGmbH Saarbrücken (24 Center mit 935.500 m<sup>2</sup> Gesamtfläche).

Während sich in den ersten Jahren der deutschen Wiedervereinigung der Schwerpunkt der Ansiedlungen auf die Neuen Länder verlagerte, entfallen die jetzt aktuellen Planungen auf die Alten Länder. In der kartographischen Darstellung in **Anlage 3.9** wird die massive Standortansiedlung der Shopping Center in den Neuen Ländern besonders deutlich.

**Der Markt in den Neuen Ländern ist demnach gesättigt wenn nicht sogar übersättigt.**

- **Weitere Flächenpotentiale werden insbesondere in den Städten marktwirksam**

Mit der Umstrukturierung wichtiger Staatsunternehmen, wie der Deutschen Bahn AG, der Deutschen Bundespost, der Deutschen Telekom zu freien Wirtschaftsunternehmen kommen zusätzlich Flächen auf den Markt, die neuen Handlungs- bzw. auch zukünftigen Entwicklungsbedarf generieren. Durch die Revitalisierung von Bahnhöfen entstehen neue innerstädtische Einkaufszentren, wie z. B. in Leipzig (Freistaat Sachsen) mit dem Umbau des Hauptbahnhofes (Vergleiche hierzu **Anlage 3.10**).

### 3.3.3.2 Urban Entertainment Center (UEC)

Das Urban Entertainment Center - eine Entwicklung aus den USA - stellt eine qualitative Weiterentwicklung des einfachen Shopping-Centers dar. Zusätzlich zur Handelskomponente werden Unterhaltungs- und Erlebnisangebote in einem räumlichen Kontext addiert. Die Komponenten sind zumindest eine Unterhaltungsattraktion, z. B. ein Multiplexkino, mehrere Themenrestaurants sowie unterhaltungsorientierte Handelskonzepte. Die einzelnen Merkmale sind in **Abbildung 3.20**, die Bausteine und strategischen Entwicklungen in **Anlage 3.11** zusammengefaßt.

#### Abbildung 3.20

Merkmale von Urban Entertainment Centers

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3,26</sup>, Eigene Ermittlungen

GRUND- PHILOSOPHIE	ÜBERTRAGUNG DES SHOPPING-CENTER- GEDANKENS AUF DEN UNTERHALTUNGS- ORIENTIERTEN FREIZEITBEREICH:
	Neue Leistungskomponenten aus den Bereichen Film, Fernsehen, Show, High-Tech, Unterhaltungselektronik und Merchandising werden mit Gastronomie, Shopping, Hotel, Sport- und Gesundheitseinrichtungen kombiniert.
BESUCHER- FREQUENZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohe Besucherhäufigkeit mit hohem Wiederholungsbesuchsanteil (Z. T. bis zu 80 %)</li> </ul>
EINZUGSBEREICH	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionales Einzugsgebiet mit 1 Mill. Einwohner,</li> <li>ausgerichtet auf eine Entfernung zwischen 30 bis 60 Fahrminuten</li> </ul>
STANDORT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zumeist im Stadt-Umland (Outdoor-Bereich) wegen hoher Grundstücks- und Mietpreise und mangelnder Expansionsflächen in Innenstadtlagen</li> </ul>
ANKERMIETER	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veranstaltungszentren, Multiplex-Kinos, Musical-Theater, Großdiskotheken oder auch</li> <li>innovative überdachte Vergnügungsparks (Indoor-Fun-Parks) oder</li> <li>Familienunterhaltungszentren (Family-Entertainment-Center)</li> <li>Spielkasinos als auch Shopping-Center</li> <li>Gastronomien</li> </ul>
HANDELSMIX	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handelsanteil als Frequenzbringer für die Grundausslastung (Gastronomie)</li> <li>Überdurchschnittliche Bedeutung von Freizeitwaren, Geschenkartikel, Souvenirs, Concept-Stores, Kleinteilige Shops</li> <li>Weitgehender Verzicht auf Lebensmittler</li> </ul>

<b>GEBaute BEISPIELE</b>	<p><b><u>Peripher:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Universal City Walk in Los Angeles (USA)</li> <li>• Pier 39 in San Francisco (USA)</li> <li>• CentrO Oberhausen (Deutschland) mit <ul style="list-style-type: none"> <li>• 70.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche inklusive 3 großer Warenhäuser</li> <li>• Gastronomiepromenade (360 m lang)</li> <li>• Freizeitpark auf 80.000 m<sup>2</sup></li> <li>• Mehrzweckhalle mit 12.000 Plätzen</li> <li>• Multiplex-Kino in 9 Sälen</li> <li>• 10.500 kostenfreie Parkplätze</li> <li>• Besucherzahl: 30 Millionen pro Jahr (geplant)</li> </ul> </li> <li>• Freizeit- und Erlebniszentrum Stuttgart International (Deutschland), mit <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 Musical Halls mit je 1.800 Plätzen</li> <li>• Drei- u. Viersterne-Hotels</li> <li>• Fitness- u. Wellness-Bereich (Schwaben-Quellen)</li> <li>• Spielbank</li> <li>• Themenrestaurants und Einkaufsmall</li> </ul> </li> </ul>
<b>PLANUNGEN IN DEUTSCHLAND</b>	<p><b><u>Peripher:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Freizeitpark Drewitz in Potsdam als Ergänzung zum Einkaufszentrum „Stern-Center“</li> <li>• „Europarc Dreilinden“ in Kleinmachnow, mit Multiplex-Kino (2.500 Sitzplätze), 30 Bowlingbahnen, Gastronomie; Insgesamt 38.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche</li> </ul> <p><b><u>Stadtzentral:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Ocean Park“ Bremerhaven - Revitalisierung einer stadtzentralen Hafen-Industriebrache auf ca. 60 ha mit 190.000 m<sup>2</sup> Netto-Geschoßfläche als Symbiose aus neuartigen Freizeit-, Bildungs-, Erlebnis- und Erholungseinrichtungen; Bauzeit: 1998 - 2000</li> <li>• „Forum am Anger“ in Erfurt: Neubau eines multifunktionalen Zentrums und Revitalisierung eines Plattenbaukomplexes für Handelsnutzung (Stadtzentrumslage): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multiplex-Kino mit 2.150 Plätzen</li> <li>• 23.000 m<sup>2</sup> Handelsfläche und Gastronomie</li> <li>• 7.000 m<sup>2</sup> Büros</li> <li>• 16.000 m<sup>2</sup> Freizeitnutzung</li> </ul> </li> </ul>

3.26

Franck, Jochen: Urban Entertainment Centers: Spaß muß sein, in: Immobilienmanager, Heft 6/97, und eigene Erhebungen

#### **3.3.3.2.1 Multiplex-Kinos als Frequenzbringer in UEC**

Die Renaissance des Kinos hat ab dem Beginn der 90iger Jahre in Deutschland durch die neue Betriebsform Multiplex (Eingeführt durch die CINEMAXX-Gesellschaft) zu einem jährlichen Anwachsen der Kino-Besucher auf ca. 150 Millionen geführt (Zum Vergleich: 60iger Jahre mit 800 Mio. Besuchern jährlich; 1990 mit 100 Mio. Besuchern jährlich). So diese Kino-Standorte in den Innenstädten positioniert werden, treten große Synergie-Effekte für den Handel und die damit mögliche weitere Investitionstätigkeit in den Innenstädten ein. Werden Sie randstädtisch positioniert, bleibt für die Aufwertung der City der Besucherstrom aus. Verödung ist das Ergebnis.

Die Stadt Magdeburg (Sachsen-Anhalt) hat neben der letzten großen Attraktion der Innenstadt, dem Cinemaxx-Kino (Betreiber: Flebbe-Gruppe Hamburg: 800.000 Besucher/Jahr) an die Peripherie ein weiteres Multiplex-Kino (Betreiber: Warner Bros. USA) erstellen lassen. Besucherrückgang in der Innenstadt ist die zwangliche Folge.

Demgegenüber hat die Stadt Erfurt im April 1998 beschlossen, keinen Bebauungsplan für ein weiteres Multiplex-Kino in einem bestehenden peripheren Einkaufszentrum (Thüringenpark) zuzulassen. Vorausgegangen war ein Gutachten zur Wirtschaftlichkeit von Multiplex-Kinos in der Stadt Erfurt und umfänglicher z.T. polemisch geführter Presseaktivitäten und politischen Veranstaltungen. Im Zusammenhang mit der Entwicklung des Einkaufszentrums "Forum am Anger" soll ein Multiplex-Kino in dieses Center integriert werden. Auf Betreiben des Verfassers konnte das bisherige Konzept der Büronutzung in den Obergeschossen zu Gunsten dieses Kinos geändert werden. Grundintention ist damit, mehr Kundenfrequenz in die Innenstadt zu bringen und Synergieeffekte für den Einkaufsbereich zu erreichen.

Allerdings ist die Ansiedlung von Multiplex-Kinos auf die bestehenden Raumstrukturen in Deutschland noch nicht umfänglich untersucht worden.

Zu schnell zeichnete sich diese Entwicklung in dem Freizeitimmobilienbereich ab, ohne daß Steuerungsmöglichkeiten systematisch untersucht worden wären.

Viel bedenklicher erscheint die Tatsache, daß sich maßgebliche Baurechtler darüber bis zum Bundesverwaltungsgericht streiten<sup>3,27</sup>, zu welcher Nutzungsart Kinos zuzuordnen sind.

**Dies ist wiederum ein Indiz dafür, daß die Raumordnung auf strukturelle wirtschaftliche Veränderungen bisher nur reagiert hat, aber nicht agiert.**

Aufgrund ihrer Kundenfrequenz sind Multiplex-Kinos sowohl solitär als auch in Kombination mit UEC eine Chance für die Revitalisierung von Städten, so der Standort innerstädtisch bestimmt wird.

---

<sup>3,27</sup> Schmitz, Holger: Multiplex-Kinos und interkommunale Abstimmung, in: Landes- und Kommunalverwaltung, Heft 10, 1997, S. 345 - 348

### 3.3.3.2.2 Wirtschaftliche Entwicklungsbedingungen von UEC

**DIE UEC (URBAN ENTERTAINMENT CENTERS) VERKÖRPERN DAS ZUSAMMENWACHSEN DER UNTERHALTUNGS- UND MEDIENINDUSTRIE UND DES HANDELS. DEM STARK ANGEWACHSENEN FREIZEITMARKT WIRD MIT DIESER NEU ENTSTANDENEN FORM EINER FREIZEITIMMOBILIE RECHNUNG GETRAGEN.**

- Grundvoraussetzung ist die Magnetnutzung der Freizeitkomponenten.

#### Entwicklungsauslöser

- gesellschaftlichen Strukturwandel - Trend zur Erlebnisgesellschaft
- überproportionale Kurssteigerungen bei den Unternehmen der Unterhaltungs- und Medienbranche (USA: Walt Disney Corporation, Time Warner Inc., Turner Broadcasting System Inc.)
- Nutzung des neuen Mediums Immobilie zur Beschleunigung und Optimierung in der Vermarktung der Unterhaltungsprodukte
- Überproportionales Ansteigen der Freizeitausgaben zum privaten Verbrauch
- Generierung eines Hoffungsmarktes durch Betreiber- und Produktanbieterseite gemeinsam mit der Immobilienseite
- Sinkende Mietpreise in innerstädtischen Lagen führen zu verstärkten Ansiedlungen von UEC in Stadtzentren.

#### Synergieeffekte

- erhöhte Kundenfrequenz durch Freizeitangebote für die Einzelhandelseinrichtungen und umgekehrt
- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit durch Erlebniskompetenz, Positionierung und Differenzierung
- Erhöhung der Verweildauer, damit einhergehend, die Erhöhung der Ausgabenbereitschaft
- Nutzung von Kostensynergien (Centermanagement, Parkplätze)



Entwicklungstendenzen	
•	Insgesamt ist mit einer stark zunehmenden Bedeutung von UEC zu rechnen.
•	Als bedeutende Innovation im erlebnisorientierten Konsum wird eine breite lokale und überregionale Konsumentenschicht angesprochen.
•	UEC widerspiegeln als baulicher Rahmen den langfristigen Trend zur Freizeit- und Unterhaltungsindustrie.
•	UEC können ein wirkungsvoller Beitrag zur Revitalisierung von Städten werden, wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie Grundstücks- und Mietpreise marktkonform gehen.

### 3.3.3.3 Factory Outlet Center

Der reine Fabrikverkauf von Waren direkt vom Erzeuger existiert seit langem. Die Art des Einkaufens an sich wurde erst gesellschaftsfähig durch die Kundeninformationen über sogenannte Schnäppchenführer. Vorreiter für ein solches Fabrikverkaufszentrum in Deutschland ist die Bekleidungsfirma Boss im schwäbischen Metzingen. **Abbildung 3.21** definiert den Fabrikverkauf und seine Entwicklungen.

Factory Outlet Center, vergleiche hierzu **Abbildung 3.22**, befinden sich derzeit in der aktuellen Diskussion, angefangen vom Einzelhandel über die Stadtplaner bis hin zur Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO), die sich in ihrer Entschließung vom 03.07.1997 zur Raumverträglichkeit geäußert hat (Vergleiche hierzu **Anlage 5.4**).

Für die Warenproduzenten sind sie eine neue Umsatzquelle, weil trotz der geringeren Verkaufspreise gegenüber dem Ladeneinzelhandel, die im traditionellen Vertriebsweg gezahlte Spanne von Groß- und Einzelhandel wegfällt. Für die Kunden sind sie ohnehin ein Einsparpotential, das dem deutschen Naturell des Sparen Wollens und Könnens besonders entgegenkommt.

#### Abbildung 3.21

Merkmale von Factory Outlet/Fabrikverkauf

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.28</sup>

DEFINITION: FACTORY OUTLET / FABRIKVERKAUFLADEN	
<p>Mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einfacher Ausstattung an</li> <li>• fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten</li> <li>• primär am Stammsitz der Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkauf von Waren im Direkt-Vertrieb als Warensortimente in Form von Überbeständen, Retouren auch Waren zweiter Wahl</li> <li>• zumeist in Selbstbedienung ohne Beratung</li> <li>• Umsatzanteile auf niedrigem Niveau</li> </ul>

STANDORTENTWICKLUNG IN DEUTSCHLAND
<p>Bestand von ca. 1.500 Fabrikverkaufseinrichtungen, darunter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 589 Bekleidungshersteller</li> <li>• 114 Schuhhersteller</li> <li>• 194 Produzenten von Haushaltsartikeln</li> <li>• 185 Nahrungsmittelproduzenten</li> <li>• 32 Spiel / Sportartikelhersteller</li> <li>• 153 Textilien</li> </ul>

<sup>3.28</sup> Pangels, Rolf: Factory-Outlet-Center: Die Stadt ist der Verlierer, in: BAG Handelsmagazin 11-12/1997, S. 24 -30

### Abbildung 3.22

Merkmale von Factory Outlet Centern

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.28</sup>

DEFINITION: FACTORY OUTLET CENTER	
<p>Zusammenschluß mehrerer Fabrik-Verkaufseinrichtungen bzw. Direktverkaufseinrichtungen "unter einem Dach"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• in gestalterisch attraktiven Baulichkeiten mit ergänzenden Dienstleistungsfunktionen, wie Gastronomie, zumeist im Fast-Food-Sektor bzw. Freizeiteinrichtungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warensortimente als komplette Groß- und Farbsortimente in 1b- aber auch erster Wahl</li> <li>• Discount-Konzept mit den Käuferzielgruppen des mittleren bis hohen Einkommens</li> </ul>

STANDORTENTWICKLUNG:
<p>Neue Betriebsform aus den USA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorwiegend in ländlichen Gebieten (erstes FOC in Reading/Pennsylvania: 1971) mit großem Einzugsbereichen zwischen 80 bis 120 km</li> <li>• Existenz von ca. 330 FOC (1997) mit je 13.500 m<sup>2</sup></li> <li>• Flächenwachstum seit 1990 jeweils um 15 % bei einer Gesamtfläche von über 4.500.000 m<sup>2</sup></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In EUROPA existieren in Großbritannien (20 FOC) und Frankreich FOC nach amerikanischem Muster</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In DEUTSCHLAND keine Standorte dieser Größenordnung: (lediglich 2 kleinformative Zentren mit 1200 m<sup>2</sup> in Aalen bzw. 800 m<sup>2</sup> in Bodelshausen)</li> </ul>

Von den einzelnen Interessengruppen werden kontroverse Auffassungen vorgebracht, die das Grundproblem eher verwässern, denn klären. **Abbildung 3.23** versucht, das Für und Wider zu den FOC zusammenzufassen.

<sup>3.28</sup> Pangels, Rolf: Factory-Outlet-Center: Die Stadt ist der Verlierer, in: BAG Handelsmagazin 11-12/1997, S. 24 -30

### Abbildung 3.23

Kriterien pro und contra FOC-Ansiedlung

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.29, 3.30, 3.31</sup>

KRI- TERIEN	FOC- GENEHMIGUNGSFÄHIGKEIT:	FOC- ABLEHNUNG:
	Auffassung GMA-Studie im Auf- trag des Bundesbauministeriums	Auffassung der MKRO und der Einzelhandelsverbände
STANDORT	Innerstädtische Lage in Oberzentren (Forderung der MKRO) und in kleineren Mittelstädten abseits der Ballungszentren	Behandlung von FOC wie groß- flächiger Einzelhandel: keine Zu- lässigkeit in strukturschwachen Räumen
SORTI- MENTS- STRUKTUR	Ausschluß der Wettbewerbs- nachteile für den Einzelhandel durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Charakterisierung als Fabrik- verkaufsware, wie Zweite Wahl- Produkte</li> <li>• Auslaufmodelle</li> <li>• Keine breiten und tiefen Sortimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefährdung der inner- städtischen Leitsortimente [Bekleidung (60 - 70 % Anteil), Schuhe u. Lederwaren (10 - 20 %)]</li> <li>• Wettbewerbliche Neutralität mit dem innerstädtischen Fach- u. Spezialhandel nicht haltbar, da Einzelhandel nicht nur für den Verkauf der regulären Waren zuständig</li> </ul>
UMSATZ- ERWAR- TUNG	Marktvolumen: mittel- bis langfristig bei 3,5 - 4 Mrd. DM Umsatz (Zum Vergleich: Einzelhandelsumsatz 1997: 714 Mrd. DM); Marktanteil von untergeordneter Bedeutung: <b>maximal 2 %</b> des relevanten Einzelhandelsumsatzes	Befürchtung von erheblichen Umsatzeinbrüchen im traditionellen Facheinzelhandel
MARKE- TING	Gemeinsames Standortmarketing zwischen Einzelhandel und FOC auch durch „Tourismus und Shopping“	
ARBEITS- PLATZ- SITUATION	25 - 30 Arbeitsplätze je 1.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	16 Arbeitsplätze je 1.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche: 1 FOC-Arbeitsplatz vernichtet bis zu 3 Stellen im Fachhandel

<sup>3.29</sup> Unterreiner, Frank Peter: Factory Outlet Center - kontrovers diskutiert, in: FAZ vom 13.11.1989, S. V 1

<sup>3.30</sup> Handelsblatt vom 4/5.09.1998, S. 17: Fabrikverkauf / Experten: In Deutschland ist Platz für 20 bis 15 Zentren: Die Hersteller wollen noch keine Farbe bekennen

<sup>3.31</sup> Bauer, Manfred, GMA Erfurt: Factory Outlet Center - Damoklesschwert oder Bereicherung für den deutschen Einzelhandel, in: Industrie- und Handelskammer Erfurt - Wirtschaftsmagazin 7/98, S. 18 - 19

### • Kundenakzeptanz

Das in einer Untersuchung des Institutes für Marketing, Universität Mannheim<sup>3.32</sup>, befragte Käuferklientel in Factory Outlets der Bekleidungsbranche orientiert auf einen sparsamen, mode- und qualitätsbewußten Markenkauf. Damit unterscheidet sich dieses Shopping deutlich vom Einkauf im Discounter oder Restpostengeschäft.

#### Abbildung 3.24

Käuferakzeptanz der FOC

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.32</sup>

<b>KUNDEN- KLIENTEL</b>	<b>Der junge, gebildete gutsituierte "SMART SHOPPER"</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ist gut ausgebildet</li> <li>• verfügt über ein Nettoeinkommen von über 3.500 DM</li> <li>• mit einem Durchschnittsalter von 34 Jahren</li> <li>• ist mode-, marken- und qualitätsbewußt</li> </ul>
<b>EINKAUFS- BEWEG- GRÜNDE</b>	<b>SPARORIENTIERTER MARKENKAUF</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preisvorteil gegenüber dem regulären Handel</li> <li>• Bekanntheitsgrad und Attraktivität der Marke</li> <li>• Qualität der Ware und vergleichsweise größere Angebotsvielfalt als im Einzelhandel</li> </ul>

### • Derzeitige Planungsstände

In Deutschland laufen derzeit mehr als 30 Raumordnungsverfahren über die Ansiedlung von Factory Outlet Center. Im deutschsprachigen Raum wurde das erste FOC auf 11.000 m² Verkaufsfläche im August 1998 in Parndorf bei Wien eröffnet. Zu einzelnen Standorten in Deutschland gibt es folgende Informationen, die in **Anlage 3.12** zusammengefaßt wurden. Entscheidend ist für alle, dass erst Anfang 2000 mit den ersten Eröffnungen von FOC in Deutschland gerechnet werden kann.

<sup>3.32</sup> Bauer, Hans H.: Hersteller und Kunden mit dem Fabrikverkauf zufrieden, in: FAZ vom 08.03.1999, S. 31

• **Risiken aus der Sicht des Einzelhandels und der Landes- und Regionalplanung**

Die negativen Auswirkungen von FOC auf die Raumordnung und Stadtentwicklung sind in etwa identisch mit den Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsstandorten an nichtintegrierten Standorten. Verschärfend kommt aber hinzu, dass durch die Warenangebotspalette insbesondere die Existenz von eindeutig innenstadtrelevanten Bereichen, wie z. B. der Markentextilhandel betroffen sind. Die einzelnen Auswirkungen sind in **Anlage 3.13** dargestellt.

• **Ausblick**

•	Die Handelsbetriebsform Factory Outlet ist nicht nur ein einzelhandelsrelevantes sondern ein gesamtgesellschaftliches Problem.
•	Die hohe Kundenakzeptanz wird zu einer Marktpräsenz in Deutschland führen.
•	Vorteile für die Hersteller bestehen im direkten Vertrieb der Überhänge (bisher z. B. Verkauf ins Ausland), ebenso wie für den Einzelhandel (bisher keine Rückgabe an den Hersteller).
•	Die Befürworter von FOC sehen in einer Anzahlbegrenzung von 20 bis 25 für Deutschland als minimal projiziertem Marktanteil keine Stadtentwicklungsschädigung. Vielmehr sollen FOC in strukturschwachen, touristisch interessanten kleineren Mittelstädten, abseits der Ballungszentren wirtschaftliche Synergien erzeugen.
•	Allerdings würde eine massive Einführung solcher Zentren insbesondere an peripheren nichtintegrierten Standorten zu einem Kaufkraftabzug und damit zu einer Verödung der Innenstädte führen.
•	FOC sind grundsätzlich wie Standorte des großflächigen Einzelhandels zu betrachten. Bauplanungsrechtlich besteht ihre Zulässigkeit nur in Kern- und Sondergebieten des Handels von Großstädten/Oberzentren an integrierten Standorten in stadtverträglichen Größenordnungen.
•	Eine Standortentwicklung in den Neuen Ländern würden die ohnehin labile wirtschaftliche Situation des City-Handels weiter verschlechtern.
•	Die bereits erfolgten Standortgenehmigungen insbesondere in den Neuen Ländern werden die Stadtentwicklungen in den betroffenen Gebieten weiter negativ beeinflussen.

### 3.3.4 Perspektivische Handelsflächenentwicklung in Deutschland und Thüringen

In der Untersuchung von HÜBL und MÖLLER<sup>3.33</sup> wird festgestellt, daß zwischen 1993 und Ende 1998 in Westdeutschland der Handelsverkaufsflächenbestand von jährlich bis zu 2,4 Mio. m<sup>2</sup> und in Ostdeutschland von jährlich 1,2 Mio. m<sup>2</sup> gewachsen ist.

Aus dieser Entwicklung heraus und aus der prognostizierten Entwicklung der realen Umsatzzuwächse von 24 % in den Alten und 16 % in den Neuen Ländern bis zum Jahr 2010 unter Berücksichtigung eines Anteiles des Umsatzzuwachses durch E-Commerce in Höhe von 7 % errechnen HÜBL und MÖLLER eine zusätzliche Verkaufsfläche von 22,4 Mio. m<sup>2</sup>. Unter Ansatz eines Verhältnisses zwischen „klassischem Einzelhandel“ und „Dienstleistern wie Gastronomie u. ä.“ von 40:60 gliedern sich diese Flächen wie folgt auf:

#### Abbildung 3.25

Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland bis 2010

Quelle:<sup>3.33</sup>

ZUSÄTZLICHE VERKAUFSFLÄCHEN BIS 2010				
	ALTE LÄNDER (Mio. m <sup>2</sup> )	NEUE LÄNDER (Mio. m <sup>2</sup> )	THÜ- RINGEN (m <sup>2</sup> )	DEUTSCH- LAND (Mio. m <sup>2</sup> )
Hartwaren und Nahrungsmittel	8,0	1,0	<b>225.000</b>	9,0
Dienstleister, Gastronomie und sonstiger Einzelhandel	11,9	1,5	<b>337.500</b>	13,4
<b>GESAMT</b>	<b>19,9</b>	<b>2,5</b>	<b>562.500</b>	<b>22,4</b>
Entwicklung gegenüber 1998	+ 23 %	+ 15 %	+ 15 %	+ 22 %

Aus diesem Ansatz kann für Thüringen geschlußfolgert werden, dass bei einem Ausgangsbestand von ca. 3,75 Mio. m<sup>2</sup> bis 2010 noch

**225.000 m<sup>2</sup> reine Einzelhandelsfläche**

marktwirksam werden können.

Dieser Bedarf resultiert zum Einen aus einer zunehmenden Differenzierung der Güternachfrage durch die Konsumenten und zum Anderen aus einer prognostizierten Einkommenssteigerung der Haushalte, die als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wirksam wird.

Diese perspektivischen Flächen gilt es in Thüringen standort-, handelsnetzseitig, raumordnerisch und städtebaulich so einzuordnen, dass langfristig eine Kongruenz zwischen dem Netz der zentralen Orte und dem primären Handelsnetz hergestellt werden kann.

<sup>3.33</sup>

Hübl, Lothar, Möller, Klaus-Peter: City, Grüne Wiese oder Internet, Die Zukunft der Handelsimmobilien, Hrsg.: DSL Bank Deutsche Siedlungs- und Landesrentenbank, Bonn, Juni 1999

### 3.4 Wertung

#### 3.4.1 Umsatzentwicklung in Deutschland und Thüringen

##### UMSATZENTWICKLUNG

Im drittgrößten Wirtschaftsbereich Deutschlands stagniert der Gesamtumsatz seit Beginn der neunziger Jahre. Seit 1993 bis 1998 haben die deutschen Einzelhandelsunternehmen real insgesamt 7 % ihres Umsatzes eingebüßt, während die Gesamtverkaufsfläche um 12 % gewachsen ist. In den Jahren 1992 bis 1996 ging der Lebensmittelumsatz in Deutschland ebenfalls zurück.

1996 wurden im deutschen Einzelhandel 627 Mrd. DM umgesetzt. Davon wurden 93,1 % im früheren Bundesgebiet und nur 6,9 % in den Neuen Ländern erzielt. Thüringens Anteil lag bei 1,5 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes.

In Thüringen war im Gesamtbetrachtungszeitraum von 1992 bis 1996 ein Umsatzrückgang im Einzelhandel von 16 % zu verzeichnen. Rückgänge gab es in den Bereichen Handel mit Waren verschiedener Art (Lebensmittel, Textilien, Schuhe), Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, Kraftfahrzeughandel und Tankstellen. Zuwächse gab es lediglich in den Bereichen Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln und Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen.

**Der Einzelhandelsumsatz ist letztendlich ein Indiz für die Wirtschaftskraft und den Lebensstandard des jeweiligen Landes.**

Bei durchschnittlichen Arbeitslosenzahlen um 18 % in den Neuen Ländern, wie auch in Thüringen, kann derzeit keine höhere Kaufkraft vorhanden sein, um die Umsatzentwicklungen im Einzelhandel erheblich zu beschleunigen.

Innerhalb der einzelnen Kriterien zur Wirtschaftsentwicklung sind die Unterschiede zwischen Alten und Neuen Länder nach wie vor erheblich. **Während die Lohnstückkosten bei 123 % zu Ungunsten der Neuen Länder liegen, beträgt die Wirtschaftsleistung immer noch nur ca. 60 %.**



### 3.4.2 Handelsstrukturentwicklung

#### UNTERNEHMEN

Die Wandlung des Einzelhandelsmarktes dokumentiert sich als stetiger Prozeß. Dabei spielen die wirtschaftliche Rahmenbedingungen die grundlegende Rolle.

So sind die Hauptthemen der Einzelhandelsentwicklungen in den letzten Jahren:

- Flächenerweiterung
- Attraktivitätssteigerung
- Qualitätsverbesserung

Der bereits laufende Prozeß der Unternehmenskonzentration im Handelsbereich wird weiter voranschreiten. Diese Entwicklung, bis in die Mitte der 90iger Jahre innerhalb Deutschlands stattfindend, wird zunehmend europäischer und globaler. Der Markteintritt des weltgrößten Handelsunternehmens Wal-Mart aus den USA im deutschen Handelsmarkt beschleunigt diese Entwicklung noch weiter. Die Unternehmenskonzentration ist eine der Antworten des Einzelhandels auf die Globalisierung.

Gleichzeitig erhält dieser Prozeß immer stärkere Eigendynamik, hervorgerufen durch aggressiven Preiswettbewerb und Verkaufsflächenzuwachs bei sinkender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft.

Durch die fortschreitende Konzentration bzw. den Strukturwandel in Richtung preisaggressiver und großflächiger Betriebsformen wird ein umfänglicher Beschäftigtenabbau befürchtet. Noch ist aber eine steigende Beschäftigtenzahl je Unternehmen in Deutschland nachweisbar.

#### BETRIEBSFORMEN DES EINZELHANDELS

Bei den einzelnen Handelsbetriebsformen zeichnet sich folgende Entwicklung ab:

- Die Discountläden sind die Betriebsform mit dem größten Entwicklungspotential. Fachdiscounter verdrängen damit längerfristig die klassischen Supermärkte und Fachgeschäfte.
- Supermärkte ab 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Discounter sind die Betriebsformen im Lebensmittelhandel mit dem größten Wachstumspotential.

Innerhalb der Fachanbieter bedrängen wiederum Fachmärkte, Fachdiscounter und Servicesupermärkte die klassischen Fachgeschäfte.

Die bedeutendsten Verlierer bei den Mehrbranchenanbietern sind seit 1973 die Warenhäuser und die konzernangehörigen Kleinpreisgeschäfte.

Längerfristig werden Betriebsformen an Marktpräsenz gewinnen, die auf Kundenorientierung und Kundenbetreuung setzen.

### STRUKTURVERGLEICH ZWISCHEN ALTEN UND NEUEN LÄNDERN

10 Jahre wirtschaftliche Umstrukturierung in den Neuen Ländern haben im Einzelhandel zu einer Handelsstruktur geführt, die durch folgende Ergebnisse gekennzeichnet ist:

- **großflächige, preisaggressive Betreiberkonzepte an peripheren Standorten** haben sich konsequent durchgesetzt.
- Im Lebensmitteleinzelhandel liegt zum Beispiel der Anteil der Lebensmittel-Discounter, bezogen auf die Anzahl, um 36,8 % und bezogen auf die Verkaufsfläche um 72 % höher, während der Anteil der SB-Läden mit 11,2 % und der klassischen Supermärkte um 5,3 % bezogen auf die Anzahl und um 25,2 % bzw. 23 % bezogen auf die Verkaufsfläche niedriger liegt.
- Durch die einseitige Standortentwicklung im peripheren Bereich konnten sich die vor 1989 vorhandenen innerstädtischen Kaufhausstandortmagneten, die zwar durch große Handelsketten übernommen wurden, nicht nur nicht weiterentwickeln, sie wurden sogar teilweise aufgegeben.
- Die **Unternehmensentwicklung** ist ebenfalls rückläufig. So existierten in Thüringen 1992 16.404 Unternehmen, 1996 wurden nur noch 12.246 Einzelhandelsunternehmen gezählt. Das entspricht einem Rückgang um 25,3 %.
- Die **Beschäftigtenanzahl** im Einzelhandel hat ebenfalls rückläufige Tendenz. 1996 betrug der Arbeitskräfterückgang in Thüringen rund 6.900 Personen bzw. 12,7 %. Während im Durchschnitt der Neuen Länder ca. 4,4 Beschäftigte je Unternehmen gezählt wurden, lag Thüringen bei nur 3,9 (1992 waren es 3,6). Die Alten Länder dagegen beschäftigten 1996 durchschnittlich 9,7 Mitarbeiter je Unternehmen, 1992 waren es erst 8,0.
- Die **Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes als wichtigem Indiz für die Wirtschaftskraft der Neuen Länder und des Lebensstandards zeigt weiterhin starke Disparitäten im gesamtdeutschen Vergleich.**

### **NEUE EINZELHANDELSKONZEPTE**

Um im Prozeß der Internationalisierung zu bestehen, muß der deutsche Einzelhandel neue Konzepte entwickeln, die folgende Orientierung haben müssen:

- Orientierung auf Konsumentenproduktivität (Klarheit des Angebotes, Auswahl, Kontrolle, Kommunikation, Check out)
- Markt- und Wettbewerbsorientierung
- Kunden- und Mitarbeiterorientierung
- Weg vom Discount, hin zur Marketing Orientierung (Kundenbindung)

### 3.4.3 Standort- und Flächenentwicklung

#### STANDORT UND NETZSTRUKTUR

Die Standortentwicklung des Einzelhandels in den Alten Ländern war ein kontinuierlicher Prozeß, in dessen Ergebnis eine Handelsstruktur mit der Dominanz des Handelsstandortes Innenstadt entstanden ist. In prozentualer Lageverteilung dargestellt heißt das, dass ca. 70 % der Handelsflächen stadtorientiert sind, während ca. 30 % der Flächen peripher entwickelt wurden.

Im Rahmen der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung (Kaufkraftsteigerung, Bedürfnisentwicklung der Konsumenten) werden die Handelsflächen weiter anwachsen. Hierbei gilt es, diese Entwicklung gezielt zur Stärkung der städtischen Zentren einzusetzen.

Die Zukunft der Städte liegt in der Entwicklung ihrer Innenstädte. Damit wird der Handel zum bestimmenden Faktor. Die Leitfunktion des Einzelhandels für die Innenstädte ist weiter zu präferieren.

Erfolgt hingegen eine weitere Stärkung des sekundären statt des primären Handelsnetzes, ist also die Suburbanisierung nicht mehr zu stoppen, werden die historisch gewachsenen Stadtstrukturen aufgesprengt, sie „veröden“.

Dieser Entwicklung steht der Drang der Unternehmen nach Größe entgegen, um durch Flächenexpansion die Unternehmenswirtschaftlichkeit zu erhöhen, bei gleichzeitiger Zurschaustellung von größeren zusammenhängenden Angeboten aufgrund der Anforderungen aus der Nachfragerseite.

**Die ungebremsste Unternehmenskonzentration führt ebenfalls zur Standort- und Flächenkonzentration.** Unrentable, weil für den Verbraucher schwerlich erreichbare Standorte insbesondere im Streulagennetz werden dabei kurz- bis mittelfristig aufgegeben. Leidtragende sind dabei immobile Verbrauchergruppen, die Schwachen und Armen.

### **STRUKTURVERGLEICH ZWISCHEN ALTEN UND NEUEN LÄNDERN**

**Die wettbewerbsgesteuerte Strukturierung des Handels hat zu einem höheren Konzentrationsgrad der Flächen und Unternehmen, zu einer stärkeren Filialisierung mit eingeschränktem Betriebsformenmix und einem Zentralitätsverlust der Städte geführt.**

Der Handelsnetzaufbau in den Neuen Ländern ist durch die umfassende Präsenz des sekundären Handelsnetzes gekennzeichnet, besonders dominiert durch periphere Shopping-Center. Die Standortentwicklung des Einzelhandels in Thüringen hat dazu geführt, dass durch Diskontinuität die Standortkonzentration im peripheren Bereich derzeit bei ca. 70 % liegt, während nur ca. 30 % der Handelsflächen städtisch orientiert sind. Dieses Verhältnis stellt sich in den Alten Ländern umgekehrt dar.

**Damit hat die Stadtentwicklung nicht in den Städten, sondern dazwischen stattgefunden.**

Wegen der rapiden Netzausdünnung des primären und sekundären Ladeneinzelhandels- bzw. Streulagennetzes in den ländlichen Regionen wuchs das Versand- und Direktvertriebsnetz überproportional an. Die Verkaufsflächenexpansion hat sich auf typische Standortlagen, wie Stadtrand, Stadtteil und City konzentriert. Ergebnis ist eine **Schwächung der Streulagen** bei gleichzeitiger **Zentralisierung der Verkaufsflächen**.

**Die Stärkung der zentralen Orte ist durch den Aufbau des sekundären Handelsnetzes bei Vernachlässigung des primären Netzes unterlaufen worden.**

Aus dem Ansatz einer weiteren wirtschaftlichen Entwicklung unter Angleichung der Verhältnisse gegenüber den Alten Ländern kann für Thüringen bis zum Jahr 2010 mit einer weiteren Marktwirksamkeit von **ca. 225.000 m<sup>2</sup> reiner Einzelhandelsfläche** gerechnet werden.

**Dieser Bedarf resultiert zum Einen aus einer zunehmenden Differenzierung der Güternachfrage durch die Konsumenten und zum Anderen aus einer prognostizierten Einkommenssteigerung der Haushalte, die als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wirksam wird.**

**Diese perspektivischen Flächen gilt es in Thüringen standort-, handelsnetzseitig, raumordnerisch und städtebaulich so einzuordnen, daß langfristig eine Kongruenz zwischen dem Netz der zentralen Orte und dem primären Handelsnetz hergestellt werden kann.**

**Die Zentralität der Städte muß durch die Zentralität des Handels zurückgewonnen werden.**

### NEUE HANDELS- BZW. STANDORTFORMEN

Das mediale Handelsnetz **E-Commerce** wird mittel- und langfristig zu einer Veränderung in der Handelsnetzstruktur führen.

Aus heutiger Sicht wird mit einem Umsatzanteil vom gesamten Einzelhandelsumsatz von 5 % bis 2005 und bis zu 7 % im Jahr 2010 gerechnet.

Durch diesen Trend werden weitere Einzelhandelsflächen insbesondere aber im sekundären Handelsnetzbereich freigesetzt werden.

Shopping-Center als eine der neueren Standortentwicklungsformen des Einzelhandels, aber auch als tragendes Element der europäischen Handelslandschaft, wurden nach anfänglicher Stagnation insbesondere in den Neuen Bundesländern bis etwa 1997 wieder in dominantem Umfang realisiert. Nach Marktsättigung in den Neuen Ländern erfolgt nunmehr ein Aufwärtstrend in den Alten Ländern.

Nach anfänglicher peripherer Standortfindung erfolgt verstärkt eine Standortentwicklung in den städtischen Zentren.

Die Angebotsseite im Handelsflächenmietmarkt hat sich durch ein Überangebot an Handelsflächen im peripheren Bereich so verändert, dass die zu zahlenden Mietpreise für die Zentrumsflächen erheblich gefallen sind. Damit sind die wirtschaftlichen Bedingungen für die Anmietung größerer Flächen erheblich verbessert. Für die Revitalisierung der Innenstädte sind damit günstige Ausgangspositionen gegeben.

Mit den **Urban Entertainment Center** (UEC) drängen neue Standort- und Betriebsformationen auf den Markt. Aus der Verknüpfung von Freizeit- und Einzelhandelsnutzung werden weitere Synergieeffekte erwartet, die die ausbleibenden Kunden- und damit auch Kaufströme generieren sollen. Werden diese Entwicklungen an innerstädtische Standorte gebunden, können diese Sektoralbereiche dadurch elementar aufgewertet werden. Für die Neuen Länder ist dies eine der wenigen Möglichkeiten, Kaufkraft und Kundenströme wieder in die Städte zurückzubringen.

Die Handelsbetriebsform **Factory Outlet Center** ist nicht nur ein einzelhandelsrelevantes sondern ein gesamtgesellschaftliches Problem, das durch hohe Kundenakzeptanz zu einer Marktpräsenz in Deutschland führen wird. Mit dieser Angebotsform werden dem Kunden Markenwaren zu günstigen Preisen angeboten unter Umgehung des traditionellen Einzelhandels.

Solange die Standortentwicklung als großflächige Einzelhandelsansiedlung betrachtet wird, demzufolge baurechtlich relevanten Bedingungen unterliegt, wird eine großzügige Entwicklung nicht möglich werden.

## **4. EINZELHANDELSDYNAMIK UND GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSTENDENZEN**

### **4.1 Wirtschaftlicher Strukturwandel in den Neuen Ländern**

Mit dem Vollzug der Deutschen Einheit war eine umfassende und rigorose Umstrukturierung der ostdeutschen Wirtschaft notwendig. Die Umstellung von einer Planwirtschaft zur Marktwirtschaft wurde anfänglich durch die Übernahme sozialistischer Großbetriebe unter die Leitung der Treuhand abgedeckt. Das konnte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die traditionellen Ostmärkte mit der Wirtschafts- und Währungsunion wegbrachen und die Unternehmen sich mit etablierten alteingesessenen altbundesdeutschen Unternehmen den Markt teilen mußten. Im Ergebnis brach diese Wirtschaftsstruktur vollkommen zusammen. Nur in Teilen konnte durch den Erhalt wirtschaftlicher Kerne ein Neuaufbau gefunden werden. Noch ist die industrielle Basis in den Neuen Ländern schwach, aber durch Neuinvestitionen zeigen sich Anzeichen einer langsamen aber stetigen Entwicklung. Bedenklich erscheint in diesem Zusammenhang die deutliche Gewöhnung der Unternehmen an Subventionen. Spätestens mit der Osterweiterung der EU wird sich eine weitere Verschärfung des Standortwettbewerbes einstellen. Bis dahin muß die ostdeutsche Wirtschaftsstruktur stabilisiert sein.

#### **4.1.1 Wirtschaftlicher Strukturwandel in Thüringen**

Im Vergleich zu den anderen Neuen Ländern hat Thüringen im ersten Halbjahr 1999 eine reale Wirtschaftswachstumsrate von 1,3 % erreicht. Damit lag Thüringen an der Spitze (Im Vergleich dazu: Sachsen mit 0,4 %, Ostdeutschland mit 0,7 %, Alte Bundesländer einschließlich Berlin mit 0,8 %) <sup>4.1</sup>.

Diese Zahlen täuschen aber nicht darüber hinweg, dass die Ausgangslage weitaus diffiziler war und die Wirtschaftskraft der Neuen Länder 1997 erst bei 60,4 % der der Alten Länder lag und 1997 auf 59,5 % sank <sup>4.2</sup>. Vergleiche hierzu auch **Abbildung 4.1**.

Nach wie vor ist die industrielle Basis zu schwach und mit einem neuerlichen Investitionsboom, der einen Modernisierungsschub der Produktionsanlagen initiieren könnte, ist nicht zu rechnen. Demgegenüber lagen die Löhne im Tarifniveau von 91 % des Westniveaus im Jahr 1998 (1996: 89 %), bei einer weitaus geringeren Produktivität, die z. B. 1991 bei nur 31 % des Westentwicklungsstandes lag und 1998 59,4 % <sup>4.2</sup> betrug. Auch die Arbeitsmarktlage zeigt, dass mit einer durchschnittlichen Arbeitslosenrate um 18 % ein Anschluß an die Arbeitsmarktsituation in den Alten Ländern noch nicht erreicht wurde. Die Entwicklung der Arbeitslosenraten an Hand ausgewählter Arbeitsamtsbereiche in Thüringen wird in **Abbildung 4.2** dargestellt.

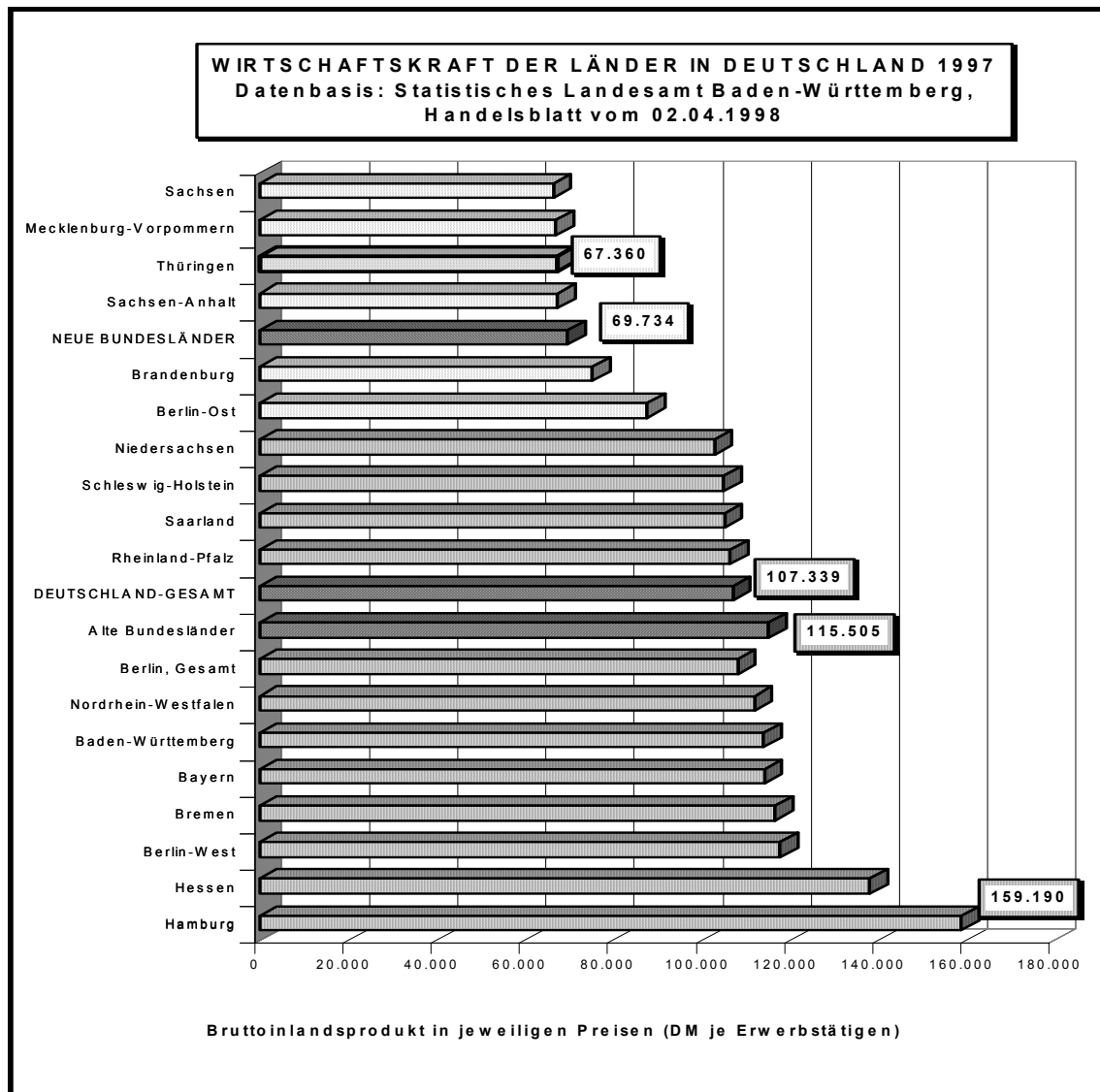
<sup>4.1</sup> Handelsblatt vom 19.10.1999: Thüringen im Wettlauf mit Sachsen

<sup>4.2</sup> Nahrendorf, Rainer: Die ostdeutsche Aufholjagd endet auf der Kriechspur, in: Handelsblatt vom 21.10.1999

#### Abbildung 4.1

##### Wirtschaftskraft der Länder

Eigener Entwurf, Datenmaterial: <sup>4.3</sup>



Solange die Effizienz einer westdeutschen Wirtschaft nicht erreicht sein wird, bleibt der Angleichungsprozeß auf wirtschaftlicher Ebene noch weitere Jahre bestehen. Bedenklich erscheint nach wie vor die zu niedrige Produktivität pro Kopf, die im Jahre 1998 erst 59,4 % der der Alten Länder erreicht hat <sup>4.2</sup>. Vergleiche hierzu auch **Abbildung 3.4**.

Möglichkeiten zur Verbesserung der Wirtschaftsstruktur Thüringens wurden vom Verfasser in seiner Veröffentlichung "Thüringen im Umbruch" <sup>4.4</sup> umfassend dargestellt.

<sup>4.2</sup> Nahrendorf, Rainer: Die ostdeutsche Aufholjagd endet auf der Kriechspur, in: Handelsblatt vom 21.10.1999

<sup>4.3</sup> Handelsblatt vom 02.04.1998: Brandenburg beim Wachstum Spitze

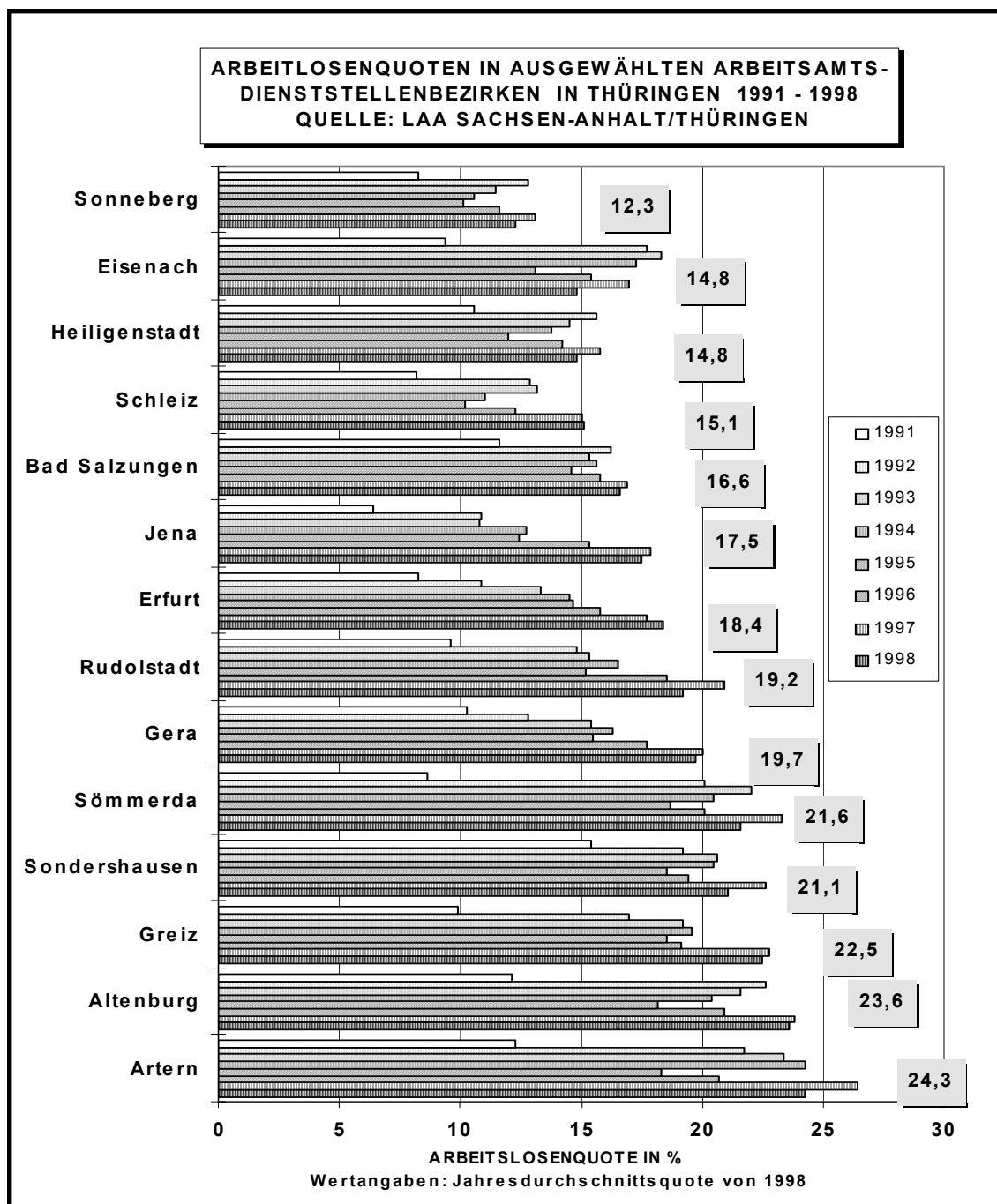
<sup>4.4</sup> Huck, Christian: Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999



#### Abbildung 4.2

Entwicklung des Arbeitsmarktes in Thüringen am Beispiel der Arbeitslosenquoten in ausgewählten Landkreisen von 1991 bis 1998

Quelle: Eigener Entwurf, Datenmaterial: <sup>4.5, 4.6</sup>



<sup>4.5</sup> Thüringer Ministerium für Soziales und Gesundheit: Arbeitsmarktpolitik in Thüringen, Ausgabe 1998, S. 10

<sup>4.6</sup> Landesarbeitsamt Sachsen-Anhalt-Thüringen, Referat Statistik und Arbeitsmarktbericht-erstattung: Bestand an Arbeitslosen und offenen Stellen nach Dienststellenbezirken, Jahresdurchschnittszahlen 1997 und 1998

### 4.1.2 Kaufkraftentwicklung in Deutschland und in Thüringen

Die Pro-Kopf-Kaufkraft, gemessen am verfügbaren Einkommen in Verbrauchergeldparitäten in Abhängigkeit von den jeweiligen Einkommen, wird von der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung AG (GfK) ermittelt und ist eine Maßzahl für die Vergleichbarkeit der regionalen als auch europäischen Wirtschaftskraft der privaten Haushalte.

Sie ist damit sowohl Indikator für die wirtschaftliche Entwicklung des jeweiligen Landes, der Region bzw. auch der Stadt, als auch Berechnungsgrundlage für unternehmensinterne Untersuchungen zur Handelsstandortakquisition.

Im europäischen Maßstab lag Deutschland im regionalen Kaufkraftvergleich der GfK (Indexwert: 100 = Pro-Kopf-Kaufkraft in Deutschland 1998) hinter Luxemburg mit dem Indexwert 170, der Schweiz mit 131, Belgien mit 104, Norwegen und Island mit 103 an 6. Stelle. Dahinter folgten die Niederlande mit 99, Dänemark mit 98, Frankreich mit 97, Österreich mit 95, Italien mit 93, Großbritannien mit 89 und Schweden mit 87. Als erstes Reformland belegte Slowenien mit 67 den 18. Platz, die Tschechische Republik mit 51 den 20. Rang<sup>4.7</sup>. Für Deutschland hat die GfK 1999 eine durchschnittliche Kaufkraft von 29.869 DM je Einwohner ermittelt<sup>4.8</sup>. Spitzenreiter ist 1999 der Hochtaunuskreis mit einer Kaufkraft von 42.008 DM, gefolgt vom Landkreis Starnberg mit 40.780 DM, dem Landkreis München mit 40.692 DM und der Stadt München mit 39.780 DM<sup>4.8</sup>. Vergleiche hierzu auch die kartographische Darstellung der Kaufkraft 1998 in Deutschland in **Anlage 4.1**.

**Allerdings wird von diesem Betrag nur ca. ein Drittel im stationären Einzelhandel ausgegeben**<sup>4.8</sup>.

Demgegenüber steht 1999 für Thüringen eine durchschnittliche Kaufkraft von 23.420 DM je Einwohner zu Buche. Damit belegte der Freistaat im Ranking der Neuen Länder nach Brandenburg (23.549 DM) den zweiten Platz, aber noch vor Sachsen Anhalt mit 23.349 DM. In Relation zu 1994 wuchs die Kaufkraft in Thüringen deutschlandweit am schnellsten und zwar mit 34 %, gefolgt von Sachsen mit 29,4 %<sup>4.9</sup>. Trotzdem liegt die Kaufkraft auch 1999 noch unter dem bundesdeutschen Durchschnitt und zwar bei nunmehr 77,8 %<sup>4.9</sup>. Im regionalen Vergleich innerhalb Thüringens zeigt sich ein sehr starkes Gefälle. Spitzenreiter ist hier die Stadt Jena mit 27.587 DM, während der Landkreis Sömmerda das Schlußlicht mit 21.580 DM darstellt. In **Abbildung 4.3** ist die regionale Kaufkraft für Thüringen, gegliedert nach Landkreisen und kreisfreien Städten aufgeführt. Diese Darstellung korreliert mit der Umsatzentwicklung im Einzelhandel Thüringens in **Anlage 3.4**. Auch hier verzeichnet Sömmerda den niedrigsten Wert, während der höchste Umsatz im Einzelhandel in Erfurt und dann in Jena zu verzeichnen ist. Im Städtevergleich der Kaufkraftkennziffern (Ermittlungsbasis: GfK) ausgewählter Städte Thüringens mit Städten gleicher Einwohnerzahl in den Alten Ländern zeigt sich wiederum der noch erhebliche wirtschaftliche Nachholbedarf, vergleiche dazu **Abbildung 4.4**.

<sup>4.7</sup> FAZ vom 23.11.1998: Regionale Kaufkraft in Europa 1998, S. 38

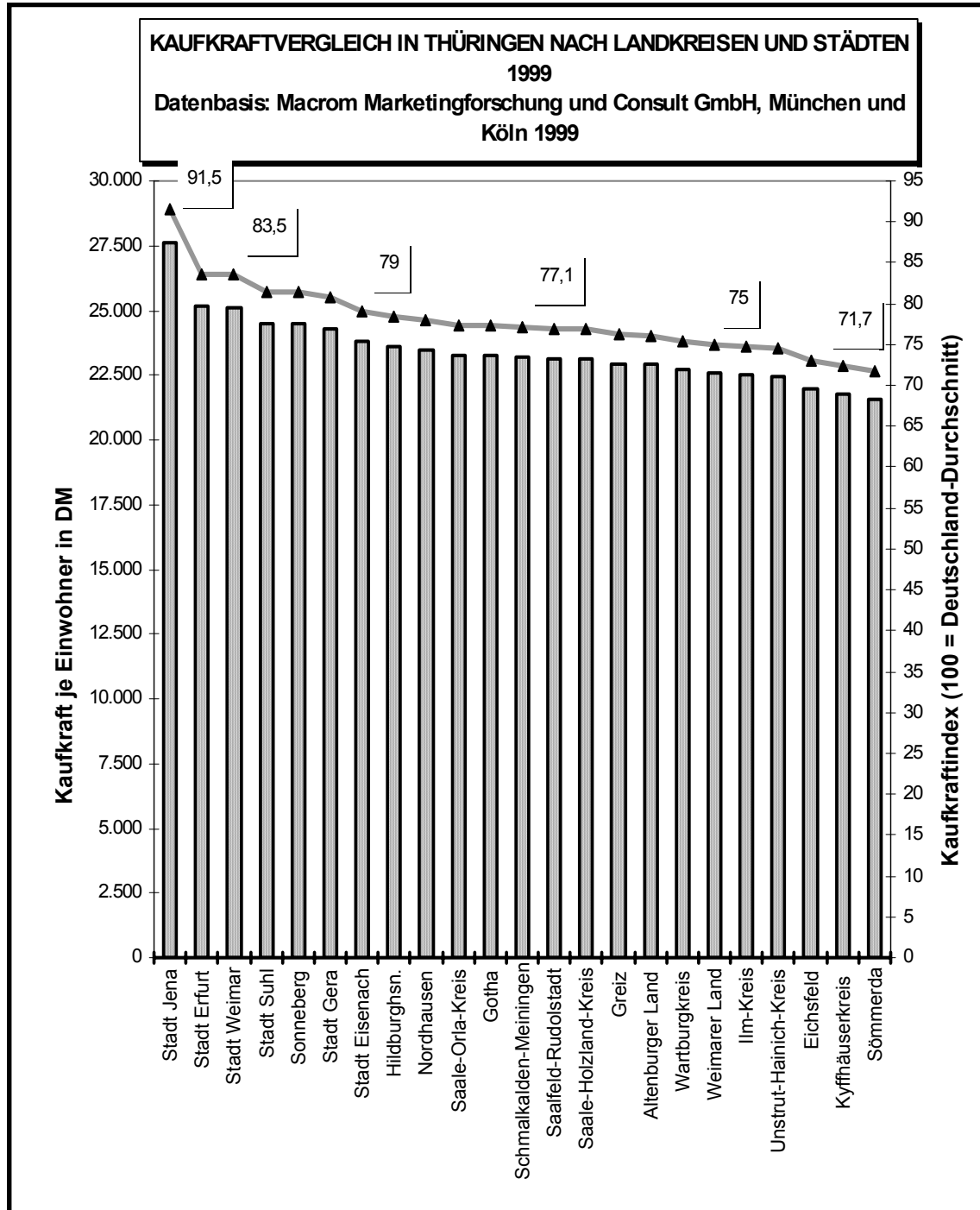
<sup>4.8</sup> FAZ vom 04.02.1999: Höchste Kaufkraft im Hochtaunus, S. 18

<sup>4.9</sup> Thüringer Allgemeine vom 10.05.1999: Thüringen holt bei Kaufkraft auf, S. 1

### Abbildung 4.3

Kaufkraft in Thüringen im Vergleich 1998/1999

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: <sup>4.10</sup>



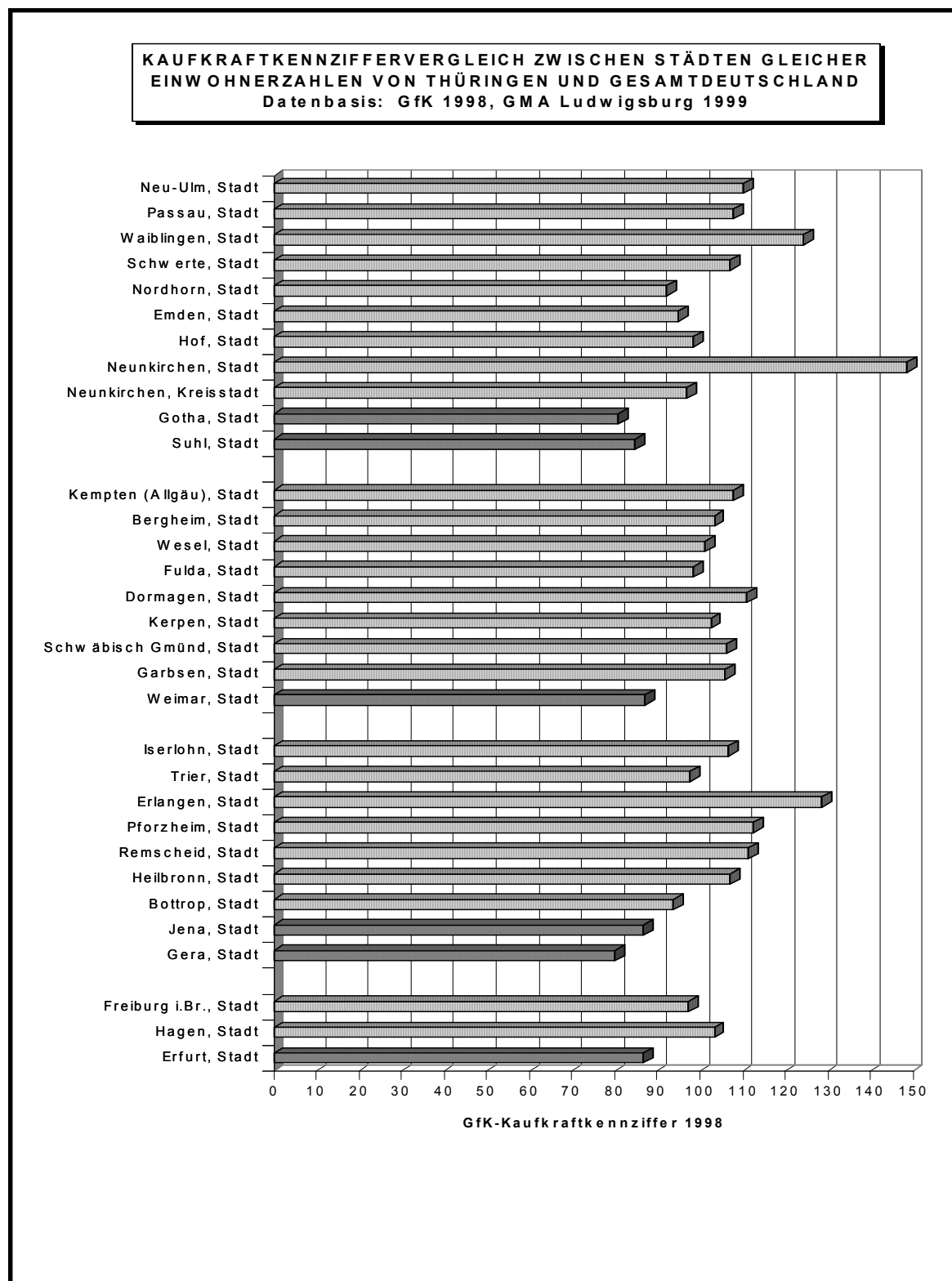
<sup>4.10</sup>

Thüringer Allgemeine vom 19.05.1999: Kein Geld für Luxus-Klasse, S. 3

#### Abbildung 4.4

Kaufkraftkennziffervergleich zwischen Städten gleicher Einwohnerzahlen in Thüringen und Gesamtdeutschland

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: GMA Ludwigsburg 1999



## 4.2 Gesellschaftlicher Strukturwandel

### 4.2.1 Strukturwandel in Deutschland: Der Trend zur Freizeitgesellschaft

Das Konsumverhalten hat sich in den letzten Jahrzehnten grundhaft geändert. War es in den 40iger Jahren naturgemäß auf die Befriedigung der primären Bedürfnisse wie Essen und Kleidung ausgerichtet (3/4 des Einkommens), spiegelt der gegenwärtige Warenkorb ein gänzlich anderes Ausgabeverhalten wider. Der Freizeitbereich wird immer stärker ausgeweitet.

Nach Finnland und Italien belegen die Alten Länder den dritten Platz im Freizeitkonsum der Industrienationen, gemessen am Urlaub eines Industrie-Arbeiters. Die Neuen Länder rangieren an vierter Stelle <sup>4.11</sup>.

Das Potential der Freizeitinteressenten steigt. Die Deutschen gehen noch immer früher in den Ruhestand. Nur knapp die Hälfte der 55- bis 64jährigen ist in Deutschland erwerbstätig. Neue Arbeitsformen, wie Teilzeit, Projektarbeit oder ein Sabbatjahr schaffen neue Räume für Aktivitäten außerhalb des Jobs.

**Damit löst sich die alte Dualität zwischen Freizeit und Arbeit immer mehr auf. Die Gestaltung der Freizeit wird nach Konsum und Wohnen verstärkt zum herausragenden Statussymbol.**

Davon profitiert weiterhin der Tourismus, als weltweit größter Arbeitgeber, der z. B. mehr Beschäftigte als die Autoindustrie oder die Medienbranche hat <sup>4.12</sup>.

Der Event-Tourismus tritt an die Stelle des Müßiggangs.

Diese Entwicklung läßt sich insbesondere an den Ausgaben der deutschen Haushalte nachweisen. **Abbildung 4.5** zeigt den Vergleich zwischen den Freizeitausgaben in Ost- und Westdeutschland an Hand der monatlichen Aufwendungen für Freizeitgestaltung eines 4-Personen-Haushaltes mit mittlerem Einkommen, Basisjahr 1995. Dabei wird von einem ausgabefähigen Einkommen von 5.349,34 DM monatlich für Westdeutschland und 4.349,38 DM für Ostdeutschland ausgegangen. Demnach sind die Ausgabenstrukturen zwar unterschiedlich, aber

**beiden gemeinsam ist der hohe Anteil von Ausgaben für den Urlaub bzw. für die Kraftfahrzeuge.**

Gegenüber 1980 haben sich die Ausgaben für die Freizeit verdoppelt. Nach Angaben des BAT-Freizeit-Forschungsinstitutes werden im Jahr 2010 die deutschen Haushalte im Durchschnitt 1.000 DM pro Monat für Freizeitaktivitäten ausgeben <sup>4.12</sup>.

Daraus resultierend zeichnen sich langfristig gesellschaftliche, sozio-demographische und sozio-ökonomische Entwicklungstrends ab, die in **Abbildung 4.6** zusammengefaßt sind.

---

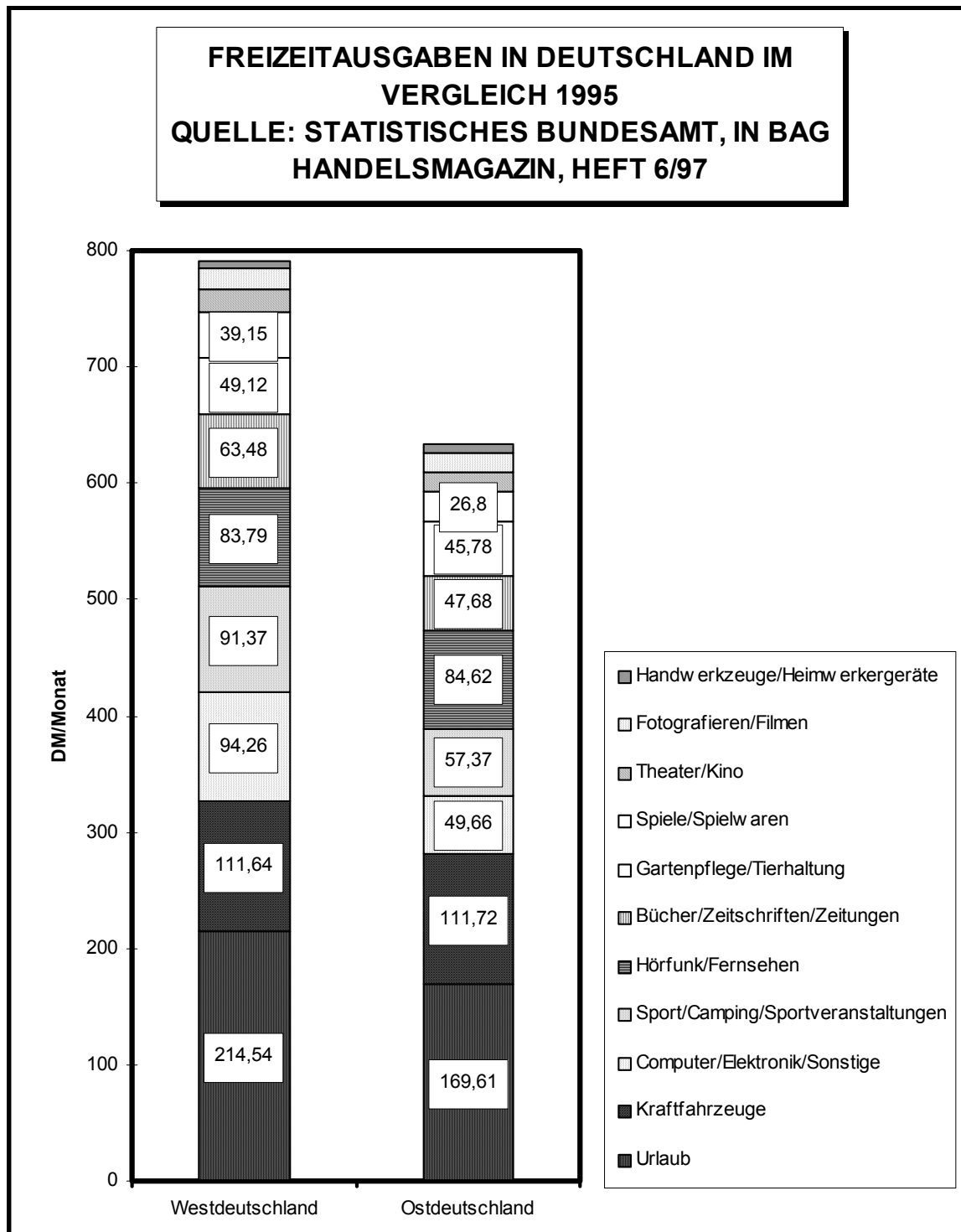
<sup>4.11</sup> Gebauer, Eberhard: Fitness, Fun & Action - von Festen und Vergnügen, in: BAG Handelsmagazin Heft 6/97, S. 13 - 17

<sup>4.12</sup> Woher, Martin: Der Streß mit der freien Zeit, in: Handelsblatt vom 29.07.1999, S. B 1

#### Abbildung 4.5

Vergleich der Freizeitausgaben in Deutschland 1995

Quelle: Eigener Entwurf, in Anlehnung an <sup>4.11</sup>



<sup>4.11</sup> Gebauer, Eberhard: Fitness, Fun & Action - von Festen und Vergnügen, in: BAG Handelsmagazin Heft 6/97, S. 13 - 17

**Abbildung 4.6**

Begleitende langfristige Entwicklungstrends in Deutschland

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>4.13, 4.14</sup>

<b>SOZIO- DEMO- GRA- PHISCHE TRENDS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontinuierlicher Bevölkerungsrückgang ab 2000 von 81 Mio. Deutschen bis auf etwa 70 Mio. im Jahr 2030</li> <li>• Anstieg des Bildungsniveaus</li> <li>• Anstieg der Zahl der 1-Personen-Haushalte</li> <li>• Anstieg der Zahl der berufstätigen Frauen</li> <li>• Anstieg des Eheschließungsalters</li> </ul> <p><b>Anstieg der Lebenserwartung, Verschiebung der Altersstrukturen:</b> <b>Trend zur Überalterung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verspäteter Eintritt ins Berufsleben, damit spätere Haushaltsgründung</li> </ul>
<b>SOZIO- ÖKONO- MISCHE TRENDS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anstieg des Ausstattungsniveaus der Privathaushalte</li> <li>• Zurückgehende Sparquoten</li> </ul> <p><b>Vermehrte Vermögensüberwälzung durch Erbschaft:</b> <b>Erbengesellschaft</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überproportionaler Ausgabenanstieg für Information, Verkehr, Miete</li> <li>• Rentenproblematik und zunehmende Kosten des Sozialstaates</li> </ul>
<b>ENTWICK- LUNGS- TRENDS IM FREIZEIT- VER- HALTEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veränderte Verteilung der Lebensfreizeit mit der Tendenz zu kürzeren Arbeitszeiten</li> <li>• Mit lebensnotwendigen Gütern ausreichend versorgt, werden die Konsumenten mehr Wert auf Qualität, Service und Beratung legen.</li> <li>• Urlaubsreisen mit Animationsprogrammen und Freizeitbeschäftigungsmöglichkeiten mit den größten Steigerungsraten</li> <li>• In Kombination mit dem ansteigenden Medienangebot und deren Nutzung entfällt der Großteil des arbeitsfreien Zeitbudgets auf die häusliche Freizeit (Cocooning = Sich Einspinnen, Zurückziehen).</li> <li>• Fernsehen verliert seine Funktion als Haupttätigkeit und wird zur ungeplanten Zufallsbeschäftigung.</li> </ul> <p><b>Der Erlebniskonsum wächst schneller als der Versorgungskonsum.</b></p>
<b>FREIZEIT- MARKT</b>	430 Milliarden DM (1995), d. h. 12,5 % Anteil am Bruttosozialprodukt in Deutschland
<b>MARKT- ANTEIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• etwa jede 5. Mark in Deutschland wird für Freizeit ausgegeben</li> <li>• fast jede 8. Mark geht an den Freizeithandel</li> <li>• ca. jede 6. Mark der Freizeitausgaben geht an die Gastronomie</li> </ul>
<b>BESCHÄF- TIGTE</b>	4,8 Millionen Beschäftigte, Steigerungsraten ca. 10 % in den letzten 10 Jahren

<sup>4.13</sup> Hasso von Pogell: Freizeitgesellschaft 2010: Lebenslust und Langeweile, in: BAG Handelsmagazin, Heft 3-4/98, S. 10 - 12

<sup>4.14</sup> Wenzel, Carl-Otto: Aktuelle Entwicklungen der nationalen und internationalen Freizeitmärkte, in: Vortragsunterlagen des Management Congresses von Bernd Heuer am 27. - 28.05.1997 im SI Erlebniscenter, Stuttgart

Aus diesen gesellschaftlichen, sozio-demographischen bzw. sozio-ökonomischen Entwicklungstrends wurden durch das Beratungsunternehmen BBE langfristig wirkende Konsumententrends für den Einzelhandel abgeleitet, zusammengefaßt in **Abbildung 4.7**.

#### Abbildung 4.7

Konsumententrends in Deutschland

Quelle: <sup>4.15</sup>

TREND-NR./ KONSUMENTEN - TRENDS		BESCHREIBUNG
1	Neues Rollen- verständnis von Mann und Frau	Der Einfluß der Frau auf den Kaufentscheidungsprozeß wird zunehmen und z. T. den Einfluß der Männer übertreffen.
2	Kritischer und fordernder Konsument	Durch umfassendere Ausbildung und Information handelt der Konsument preisbewußter und anspruchsvoller. Marken-Aura wird zugunsten einer „objektiveren“ Urteilsfreiheit eingebüßt.
3	Wachsendes Gesundheits- bewußtsein	Dieser Trend stellt sich in einem verstärkten Ernährungs- und Körperbewußtsein dar.
4	Design gewinnt an Bedeutung	Design ist nicht mehr eine Frage des Preises, Design wird auch Voraussetzung für Massenprodukte.
5	Kultur, die Freizeit- beschäftigung der Zukunft	Der kulturelle Freizeitkonsum wird auf Kosten von Sport- bzw. Massenveranstaltungen stark an Bedeutung gewinnen. Dieser Trend entwickelt sich aus dem Wunsch der Verbraucher nach mehr Zeit für sich selbst und der persönlichen Suche nach dem Sinn des Lebens.
6	Die Zwei-Klassen- gesellschaft	Die Schere zwischen niedrigen und hohen Einkommen wird weiter auseinandergehen. Immer mehr Menschen werden von Arbeitslosigkeit bedroht sein.
7	Ablenkung vom Alltag	Eine stärkere Freizeit- und Erlebnisorientierung als Folge der Flucht vor dem Alltagsstreß
8	Änderung der Haushaltsgröße	Abnahme der durchschnittlichen Haushaltsgröße: Erst ab der Jahrtausendwende wird ein gegenläufiger Trend erwartet.
9	Zeitknappheit	Polarisiertes Zeitverhalten als Folge genereller Informationsüberlastung; Technische Innovationsflut und zugleich steigende Bequemlichkeit fördern den Zeitstreß.
10	Rückzug ins eigene Heim und Cocooning	Individuelles und geselliges Cocooning ist auf dem Vormarsch. Das Wohnen wird damit einen höheren Stellenwert einnehmen.
11	Ältere aktive Konsumenten	Der Bevölkerungsanteil der aktiven und über genügend Kaufkraft verfügenden Senioren nimmt überproportional zu.

4.15

BBE-Unternehmensberatung GmbH: BBE-Trendforschung Megatrends in Vertrieb, Handel und Gesellschaft, Köln, 1995



12	<b>Verantwortung gegenüber der Umwelt</b>	Die individuelle Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und deren Lebensräume wird sich verstärkt entwickeln.
13	<b>Zunehmende Individualität</b>	Das Streben nach Selbstentfaltung und -verwirklichung wird zu einem zentralen Bedürfniskomplex, mit dem Wunsch, sich von anderen abzuheben.
14	<b>Polarisierung der Nachfrage</b>	Es kommt zur Ausdünnung der Mitte, da die Schere zwischen Preis- und Luxusorientierung immer weiter auseinandergeht.
15	<b>Bewußtsein regionaler Besonderheiten</b>	Auf Grund der allgemeinen Unsicherheit und Hektik der Umwelt nimmt der Wunsch nach Verwurzelung der Menschen zu.
16	<b>Internationalisierung des Publikums</b>	Im Zuge der Europäisierung wird das Publikum immer internationaler.

Diese Trends wirken sich in unterschiedlichem Maße auf die einzelnen Handelsbranchen aus, dargestellt in **Abbildung 4.8**.

#### Abbildung 4.8

Branchenrelevanz der Konsumententrends aus Abbildung 4.7

Quelle: <sup>4.15</sup>

BRANCHEN	TRENDS aus Abbildung 4.7												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Lebensmittel													
Textilien													
Schuhe													
Möbel													
Glas, Porzellan, Keramik													
Drogerien													
Lederwaren													
Schmuck, Juwelen													
Sport/Freizeit													
Sortiment Buchhandel													
PBS													
Bau und Heimwerker													
Rundfunk und HIFI													
Parfümerie													
Foto													
Kfz und Zubehör													
Hausratsbedarf													

<sup>4.15</sup> BBE-Unternehmensberatung GmbH: BBE-Trendforschung Megatrends in Vertrieb, Handel und Gesellschaft, Köln, 1995

Dieses veränderte Ausgabenverhalten spiegelt sich auch in den Lebenshaltungskosten wider. Der Vergleich zwischen 1991 und 1995 zeigt, dass im Bereich Freizeit und Kultur eine Ausgabensteigerung um 4 % erfolgte, in der Gesundheitspflege 12,53 % mehr ausgegeben wurde, während im Sektor Wohnung mit den Energieträgern Strom, Gas, andere Brennstoffe als auch bei Wasser eine besonders deutliche Steigerung um 14,3 % zu verzeichnen war, resultierend aus überzogenen Preisvorstellungen der Erzeuger. Inzwischen zeigt sich z. B. durch die Liberalisierung des Strommarktes eine spürbare Abwärtsentwicklung. Die sinkenden Einzelhandelsumsätze werden mit den deutlichen Rückgängen im Bekleidungsbereich mit 10,57 %, im Nahrungsmittelbereich mit 9,36 % als auch bei Tabakwaren und im Verkauf von alkoholischen Getränken mit 7,79 % bestätigt, siehe dazu **Abbildung 4.9**.

#### Abbildung 4.9

Vergleich der Lebenshaltungskosten in Deutschland 1991 und 1995

Quelle: <sup>4.16</sup>



<sup>4.16</sup>

Handelsblatt vom 26.02.1999: Statistisches Bundesamt stellt Preisindex um: "Keine Deflation in Deutschland", S. 6

## **4.2.2 Gesellschaftlicher Strukturwandel in Thüringen**

### **4.2.2.1 Bevölkerungsentwicklung**

Die Bevölkerungsentwicklung ist in Deutschland, wie auch besonders in den Neuen Ländern rückläufig.

Diese Entwicklung resultiert zum einen aus der weitaus geringeren Bereitschaft Kinder zu zeugen. Begründet wird das mit sozialen und wirtschaftlichen Unsicherheiten einerseits, andererseits ist ein verstärkter Egoismus zu beobachten, der für Kinder wenig Platz läßt. Zum anderen sind in erheblichen Größenordnungen Binnenwanderungen innerhalb Deutschlands erfolgt, von denen vor allen Dingen die Neuen Länder betroffen wurden.

Während allein 1990 395.343 Einwohner aus Ostdeutschland nach Westdeutschland umzogen, sind es 1998 immerhin noch 182.478 Menschen, die diesen Ortswechsel vollzogen haben <sup>4.17</sup>. In den Jahren dazwischen pegelte sich die Zahl bei durchschnittlich 165.000 ein. Demgegenüber zogen von West- nach Ostdeutschland 1990 36.217 Menschen mit einer stetigen Steigerung von 151.750 Menschen im Jahr 1998. In absoluten Zahlen gesehen, wanderten von Ost- nach Westdeutschland von 1990 bis 1998 1.864.286 Menschen, während in umgekehrter Richtung 1.086.837 Menschen diesen Schritt taten. Das entspricht einem Saldo von 777.449 zu Ungunsten der Neuen Länder.

Zählte man zum 31.12.1989 in Thüringen 2,684 Mio. Einwohner, so waren es 1998 noch 2,462 Mio. Bewohner. Das entsprach einem Rückgang von 8,24 %, oder nominal 221.041 Einwohner.

In den einzelnen Landkreisen und kreisfreien Städten zeigte sich dieser Prozeß sehr differenziert. In **Abbildung 4.10** wird die Einwohnerentwicklung der Landkreise und der kreisfreien Städte im Zeitraum von 1991 bis 1997 dargestellt.

Die Einwohnerentwicklung ist besonders in den kreisfreien Städten rückläufig, resultierend aus nicht zeitgerechten und nicht marktkonformen Flächenangeboten für Bauland. Ergebnis war eine Landflucht in die Umlandgemeinden der Städte, die damit Einwohnerzugewinne zu verzeichnen hatten. Dazu gehören allerdings nur wenige Landkreise, wie z. B. Weimar-Land, Schmalkalden-Meiningen, als auch Saalfeld-Rudolstadt.

Alle anderen Landkreise zeigen den grundsätzlichen Entwicklungstrend des Einwohnerrückgangs an.

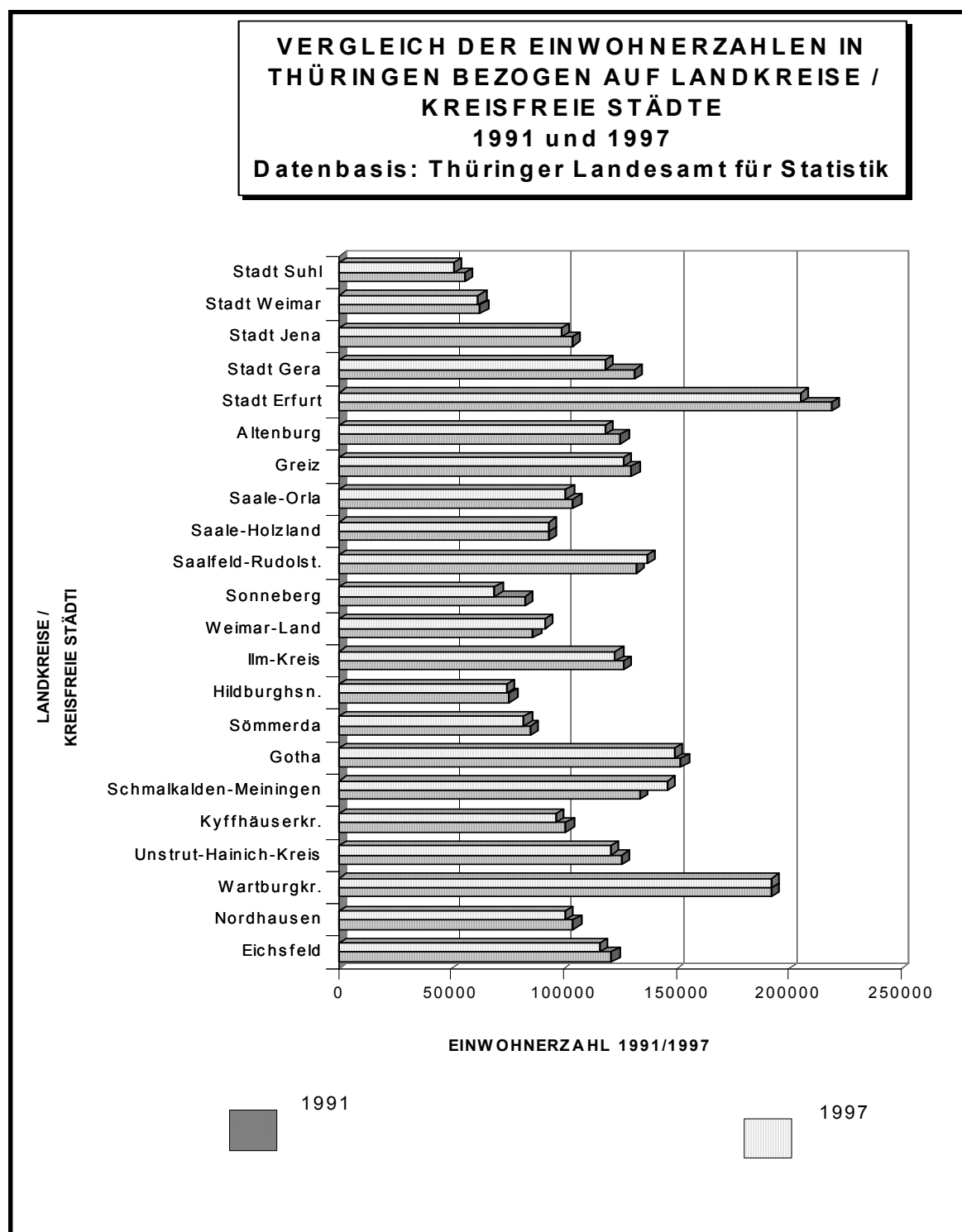
---

<sup>4.17</sup> Ein Experiment für die Zukunft: 10 Jahre nach dem Zusammenbruch der DDR sind die Lebensbedingungen der Deutschen noch immer höchst unterschiedlich. Nur langsam wächst im Osten die Zuversicht, in: Der Spiegel, Heft 45/1999, S. 43

#### Abbildung 4.10

Vergleich der Einwohnerzahlen in den Landkreisen und kreisfreien Städten in Thüringen Stand 31.12.1991 und Stand 31.12.1997

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: <sup>4.18, 4.19</sup>



<sup>4.18</sup> Gesetz zur Neugliederung der Landkreise und kreisfreien Städte (ThürNGG), 1993

<sup>4.19</sup> Thüringer Landesamt für Statistik: Kreiszahlen für Thüringen, Ausgabe 1998

### **4.3 Auswirkungen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturwandels auf die Handelsstruktur**

#### **4.3.1 Einfluß der Bevölkerungsentwicklung auf den Einzelhandel**

Die Bevölkerungszahl in Deutschland geht, wie auch in Thüringen weiter zurück.

**Der Bevölkerungsrückgang ist gleichbedeutend mit einem Rückgang an Konsumenten.** Dies ist als direkter Einfluß zu werten. Mit diesem Bevölkerungsrückgang verändert sich gleichzeitig auch die Altersstruktur. **Anlage 4.2 und 4.3** zeigt im Vergleich die Altersstruktur der Bevölkerung in Deutschland, differenziert nach Alten und Neuen Ländern im Jahr 2010 in Relation zu 1998. Dabei wird deutlich, dass in den Alten Ländern eine größere Ausgewogenheit der Konsumentenstruktur prognostiziert wird, während in den Neuen Ländern das kauffreudigere Kundenklientel für 2010 nicht in der Dimension wie in den Alten Ländern marktwirksam werden kann.

Allen gemeinsam sind folgende Verallgemeinerungen in der Altersstruktur:

- Die Altersgruppe der 60- bis 70jährigen wird massiv zunehmen.
- Auch bei den 40- bis 50jährigen ist eine starke Zunahme zu verzeichnen.
- Ein Rückgang ist bei den 30- bis 40jährigen zu konstatieren, was mit einer Verringerung des Kaufpotentials konform geht. Speziell für die Neuen Ländern ist festzustellen, daß durch den wendebedingten Geburtenknick weitaus weniger Erwerbstätige am Gesamtkonsum teilhaben werden.
- Die Altersgruppe unterhalb von 30 Jahren nimmt eine stabile wenn auch schrumpfende Entwicklung.

#### **4.3.2 Änderung im Einkaufsverhalten in Deutschland**

##### **4.3.2.1 Änderung im Einkaufsverhalten in den Neuen Ländern im Vergleich**

Durch den Transformationsprozeß sind viele Verhaltensmuster aus der Zeit vor 1989 in Frage gestellt worden. Das was man heute mit "ostdeutscher Mentalität" mehr abfällig bezeichnet, ist eine aus 40 Jahren Notgemeinschaft in der DDR entwickeltes Zusammengehörigkeitsgefühl gewesen. Zu den Grundbedingungen dieser Lebensverhältnisse gehörten nach KIND <sup>4.20</sup> insbesondere:

- Garantie eines Mindestmaßes an Lebensstandard und sozialer Sicherheit, d. h. billige Wohnungen und Grundnahrungsmittel, billige Verkehrstarife, billiger Inlandsurlaub, unabhängig von der Leistung, sowie die Garantie eines Arbeitsplatzes

<sup>4.20</sup> Kind, Gerold: Territorialentwicklung und Territorialplanung in der DDR: Ergebnisse und Auswirkungen auf die Raumstruktur Deutschlands, in: Becker, Anette (Hrsg.): Regionale Strukturen im Wandel, Leske + Budrich, Opladen, 1997

- Weitgehende Angleichung der Einkommensverhältnisse und die Solidarität unter der Bevölkerung (Indifferente Lohnzahlung unabhängig von Qualifikation und Leistung, eher dem Grundsatz folgend, dass Arbeiter und Bauern als die tragende Säule der Gesellschaft höher entlohnt wurden als studierte Angestellte; In der Wirtschaftsstruktur der DDR gab es nur einen verschwindend geringen Anteil an Freiberuflern nach heutigem Verständnis.)
- Anders als im Westen war die sozialhierarchische Differenzierung weniger ausgeprägt, waren Werte wie Glaube, Religion und das Bewahren überkommener Strukturen in Ostdeutschland unbedeutend.

Diese früheren Grundverhaltensmuster wurden durch den Drang und deren realer Verwirklichung nach Statussymbolen, wie dem eigenen Auto, dem Eigenheim und der ungehinderten Möglichkeit zu reisen, kurzer Hand aufgebrochen. Während man in der DDR für einen unteren Mittelklassewagen des Types Wartburg fast 18 Jahre regulär nach verbriefter Anmeldung warten mußte, war mit der deutschen Einheit diese "Spargesellschaft DDR" ad absurdum geführt worden.

Bezeichnend ist aber immer wieder das Bestreben, neben der uneingeschränkten Konsummöglichkeit auf die alten sozialen Sicherheiten nicht verzichten zu wollen, eine in sich widersprüchliche Dualität.

**Die ostdeutsche Gesellschaft hat sich auf den Weg gemacht, aber sie ist bisher nur unvollkommen in der bundesdeutschen Wohlstandsgesellschaft angekommen.**

Noch sitzen die, oder vielmehr sitzen wieder die Ressentiments zwischen Ost und West tief, das zeigen insbesondere auch die Wählerverhalten bei Kommunalwahlen in den Neuen Ländern, so auch im Jahr 1999. Die Bevölkerungsgruppen, die den Übergang in die Marktwirtschaft mit persönlichem Erfolg verbuchen konnten, haben diesen sozialen Ausdifferenzierungsprozeß zum eigenen Vorteil überstanden und ihre sogenannte "Ost-Mentalität" ablegen können. Die, die diesen Sprung nicht haben schaffen können, werden noch für längere Zeit diesen genannten Traditionen anhängen.

In einer aktuellen Milieuuntersuchung für Deutschland, getrennt nach Ost- und Westdeutschland, wurden Lebens- und Konsumstile, sowie Werteorientierungen der Verbraucher untersucht <sup>4.21</sup>. In den **Anlagen 4.4** und **4.5** werden die Überlappungspotentiale sowie die Position der Milieus in der ostdeutschen und der westdeutschen Gesellschaft nach sozialer Stellung und Grundorientierung veranschaulicht. Je höher z. B. das entsprechende Milieu in den Grafiken angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter es sich nach rechts erstreckt, desto weniger traditionell ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Alten und den Neuen Ländern. So ist der prozentuale Anteil der kaufkraftstärksten Milieus in Ostdeutschland (ca. 17 % der Bevölkerung) um ca. 9 % niedriger als in den Alten Ländern. Eine Konsumorientierung besitzen in den Alten Ländern ca. 65 % der Bevölkerung während in den Neuen Ländern nur ca. 40 % darauf reflektieren. Trotzdem haben von den 11 Bereichen inzwischen 5 Milieus annähernd gleiche Grundorientierungen wie in Westdeutschland angenommen. In **Abbildung 4.11** und **4.12** sind deshalb die einzelnen Milieubereiche und deren Lebensziel, Soziale Lage und Lebensstil differenziert ausgewertet und beschrieben, um damit die Aussagen aus **Anlage 4.4** und **4.5** untersetzen zu können.

---

<sup>4.21</sup> Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien, Hrsg.: Spiegel-Verlag Hamburg, 1998

**Anlage 4.11**

## Die sozialen Milieus in Ostdeutschland

Quelle: <sup>4,21</sup>

MILIEU	BEV. AN-TEIL	LEBENSZIEL	SOZIALE LAGE	LEBENSSTIL
<b>Bürgerlich-humanistisches Milieu</b>	8 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Christlich-humanistisch geprägte Wertevorstellungen</li> <li>gesellschaftliches Verantwortungsgefühl</li> <li>Wertschätzung von Kultur und Kunst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schwerpunkt bei mittleren Altersgruppen</li> <li>höhere Bildungsabschlüsse, häufig Promotion</li> <li>Berufsfelder: Wissenschaft/Forschung, Medizin, Pädagogik, Verwaltung</li> <li>gehobenes Einkommensniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distanz gegenüber modisch aktueller Entwicklungen</li> <li>Bewahren der Tradition: Familiärer Zusammenhalt</li> <li>Maßhalten in allen Bereichen</li> <li>Genuß immaterieller Werte</li> </ul>
<b>Traditionelles Arbeiter- und Bauernmilieu</b>	12 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherer Arbeitsplatz</li> <li>Soziale Integration</li> <li>Traditionelles Klassenbewußtsein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoher Anteil von Rentnern</li> <li>Berufsfelder: Facharbeiter, traditionelle Handwerkerberufe</li> <li>meist kleine Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>konventionell, Skepsis gegenüber Veränderungen</li> <li>Sparsamkeit, Bescheidenheit</li> <li>Neigung zu Verhältnisverklärung in der ehemaligen DDR</li> <li>Tendenz zur Resignation und zum Pessimismus</li> </ul>
<b>DDR-verwurzeltes Milieu</b>	7 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ungebrochene Identifikation mit den klassischen Werten des Sozialismus</li> <li>Technokratisches Weltbild</li> <li>Tendenzen zur Verbitterung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Altersschwerpunkt bei den über 50jährigen</li> <li>Einfache Bildungsgruppen als auch Hochschulabschlüsse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktive Freizeitgestaltung als Kompensation des nicht mehr gebraucht zu werden: Hausumbau, Heimwerken, gesellschaftspolitisches Engagement (PDS)</li> <li>Kritik an der Konsumgesellschaft</li> </ul>
<b>Links-intellektuell-alternatives Milieu</b>	7 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Postmaterielle Ansprüche: Entfaltung der Persönlichkeit, Selbstverwirklichung</li> <li>Moralische Korrektheit in allen Lebenslagen</li> <li>Konsequentes Eintreten für soziale Gerechtigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mittlere Altersgruppen in der Überzahl</li> <li>Gehobenes Bildungsniveau</li> <li>Berufsfelder: Bildungswesen, Geistes- u. Sozialwissenschaften, Theologie</li> <li>Mittleres bis gehobenes Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kritische Reflexion des eigenen Lebensstils, einfache, möglichst naturnahe Lebensweise</li> <li>Ideologie des Konsumverzichtes</li> <li>Häufig Selbstverständnis als „moralisches Gewissen“ der Gesellschaft</li> </ul>
<b>Status- und karriere-</b>	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Westlicher Lebensstandard als Maß</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mittlere u. ältere Jahrgänge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geld u. Konsummöglichkeiten als Haupt-</li> </ul>

<b>orientiertes Milieu</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftliches Ansehen genießen</li> <li>• Häufig kritiklose Anpassungsbereitschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facharbeiter, Meister, qualifizierte u. leitende Angestellte</li> <li>• Mittlere bis gehobene Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• triebfeder der Leistungsbereitschaft</li> <li>• Unterordnung des Privatlebens</li> <li>• Orientierung an westlichen Life-Style-Normen u. Konsum-Standards</li> <li>• Fortschrittsglaube</li> </ul>
<b>Aufstiegs-orientiertes Pionier-milieu</b>	8 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etwas aus seinem Leben machen</li> <li>• Durchsetzungsfähigkeit, Selbstsicherheit u. Beharrlichkeit</li> <li>• Zurückweisung von starren Normen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorwiegend jüngere u. mittlere Jahrgänge</li> <li>• Viele nach der Wende Selbstständige: Handwerker, Ingenieurbüros, Fachhandel, Studenten</li> <li>• Gehobenes Einkommensniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sich von der Masse abheben durch wirtschaftlichen Erfolg u. bewußtem Unkonventionalismus</li> <li>• „Sekt-oder-Selters“-Mentalität</li> <li>• Wunschbild eines repräsentativen Lebensstils: narzißtische Selbstinszenierung durch Konsum</li> </ul>
<b>Traditions-loles Arbeiter-milieu</b>	13 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anschluß halten an die Konsum-Standards der breiten Mittelschicht (Fernseher, Videorecorder, Auto)</li> <li>• Anerkannt werden, mithalten können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringe Formatbildung, oft ohne Schulabschluß</li> <li>• Arbeiter, Facharbeiter in Produktion u. Dienstleistung</li> <li>• Hoher Anteil von Arbeitslosen</li> <li>• Unteres Einkommensniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vielfältige Konsumwünsche, die unerfüllt bleiben oft auf Grund der beschränkten finanziellen Möglichkeiten</li> <li>• Verdrängung der Zukunft, Konzentration auf das Heute</li> <li>• Spontaner Konsumstil</li> </ul>
<b>Hedonis-tisches Milieu</b>	10 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freiheit, Ungebundenheit, Spontaneität</li> <li>• Das Leben genießen: Fun and Action</li> <li>• Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Milieu der Jugendlichen, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre</li> <li>• Arbeiter, Angestellte, häufig noch in Schul- oder Berufsausbildung</li> <li>• Geringe persönliche Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgrenzung gegenüber den alten Kadern u. sozialistischen Spießern</li> <li>• Konzentration auf das Hier und Jetzt</li> <li>• Leben in der „Scene“</li> </ul>
<b>Modernes Arbeit-nehmer-milieu</b>	9 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sich leisten können, was einem gefällt</li> <li>• Autonomiebestreben</li> <li>• Familie und Kinder mit hohem Stellenwert</li> <li>• Geistige und fachliche Weiterbildung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Junges Milieu - unter 40 Jahre</li> <li>• Mittleres u. höheres Bildungsniveau</li> <li>• Facharbeiter, einfache bis qualifizierte Angestellte, Selbstständige</li> <li>• Gehobene Einkommen, häufig mehrere Verdiener</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgeschlossenheit für Neues, keine geschlossenen Weltbilder</li> <li>• Mainstream der jungen Freizeitkultur, konventioneller Modernismus im Konsum</li> <li>• High-Tech als selbstverständliches Element im Alltag</li> </ul>



<b>Modernes bürgerliches Milieu</b>	9 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonisches, angenehmes, behütetes Leben (Modernes Biedermeier)</li> <li>• Umfassendes Sicherheitsstreben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oft Mehrpersonen-Haushalte, kinderfreundliches Milieu, mittlere Jahrgänge</li> <li>• Höchster Anteil voll Berufstätiger - häufig mittlere Angestellte und Beamte</li> <li>• Mittlere Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wunsch nach Lebensqualität, Komfort u. Genuß, bürgerlicher Lebensrahmen</li> <li>• Gemeinschaftsorientiertes Privatleben</li> <li>• Große Bedeutung sozialer Werte (Freundlichkeit, Toleranz)</li> <li>• Bevorzugung konventionell-moderner Ästhetik</li> </ul>
<b>Kleinbürgerliches Milieu</b>	12 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zufriedenheit als Lebensprinzip</li> <li>• Streben nach Harmonie u. Geborgenheit in der Familie</li> <li>• Ausbau u. Sicherung des Lebensstandards: Schuldenfreies Eigenheim, gesicherte Altersversorgung</li> <li>• Festhalten an traditionellen Werten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meist mittlere u. ältere Jahrgänge</li> <li>• Überwiegend einfache Bildung</li> <li>• Kleine Angestellte, Facharbeiter u. kleinere Selbständige</li> <li>• Untere bis mittlere Einkommensklassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konformismus und Sicherheitsstreben: Anpassung, Pflicht, Ordnung, Orientierung in gängigen Konventionen</li> <li>• Streben nach Anerkennung in Beruf und Freizeit, ohne sich zu exponieren</li> <li>• Rückzug in die private Idylle</li> </ul>

**Abbildung 4.12**

Die sozialen Milieus in Westdeutschland

Quelle: <sup>4.21</sup>

MILIEU	BEV. AN-TEIL	LEBENSZIEL	SOZIALE LAGE	LEBENSSTIL
<b>Konservativ-technokratisches Milieu</b>	10 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beruflicher u. materieller Erfolg durch Leistung, Zielstrebigkeit, Führungs-, Gestaltungsbereitschaft</li> <li>• Zugehörigkeit zur gesellschaftlichen Elite</li> <li>• Distinguierter Lebensrahmen, finanzielle Unabhängigkeit, hoher Lebensstandard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau</li> <li>• Viele leitende Angestellte u. höhere Beamte sowie Selbständige u. Unternehmer u. Freiberufler</li> <li>• Hohe u. höchste Einkommensklassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgrenzung nach unten, „entre nous“ im Privatleben und bei der Freizeitgestaltung</li> <li>• Teilnahme am gesellschaftlichen u. kulturellen Leben</li> <li>• Ausgeprägte Exklusivitätsbedürfnisse</li> <li>• Bewußt hergestellte Traditionsbezüge</li> </ul>

<b>Kleinbürgerliches Milieu</b>	8 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festhalten an den traditionellen Werten</li> <li>• Bleibende Werte schaffen: Besitz, materielle Sicherheit, Ausbau des Lebensstandards</li> <li>• Status-quo-Orientierung: Absicherung des Erreichten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überwiegend Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung</li> <li>• Viele kleine u. mittlere Beamte sowie kleine Selbstständige u. Landwirte</li> <li>• Hoher Anteil von Rentnern u. Pensionären</li> <li>• Meist kleine bis mittlere Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konventionalismus, Anpassung, Sicherheit</li> <li>• Lebensbeschränkung, Bereitschaft zum Verzicht</li> <li>• Bevorzugung zeitlos gediegener Produkte</li> <li>• Ordnung u. Sauberkeit als wichtigstes Stilprinzip</li> </ul>
<b>Traditionelles Arbeitermilieu</b>	4 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befriedigender Lebensstandard</li> <li>• Sicherer Arbeitsplatz</li> <li>• Soziale Integration</li> <li>• Bescheidenheit u. Anpassung an den Notwendigkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überwiegend Hauptschulabschluß mit anschließender Berufsausbildung</li> <li>• Hoher Anteil an Facharbeitern</li> <li>• Überdurchschnittlich häufig Rentner</li> <li>• Kleine u. mittlere Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pragmatisch-nüchterne Sicht der eigenen sozialen Lage: Einfachheit u. Sparsamkeit</li> <li>• Keine übertriebenen Konsumansprüche, kein Prestige Konsum</li> <li>• Bevorzugung solider, handfester u. haltbarer Produkte</li> </ul>
<b>Traditionsloses Arbeitermilieu</b>	11 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anschluß halten an die Konsumstandards der breiten Mittelschicht (Fernseher, Video-recorder, Auto)</li> <li>• Anerkannt werden, mithalten können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringe Formatbildung, oft ohne Schulabschluß</li> <li>• Arbeiter, Facharbeiter in Produktion u. Dienstleistung</li> <li>• Hoher Anteil von Arbeitslosen</li> <li>• Unteres Einkommensniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verdrängung der Zukunft, Konzentration auf das Heute</li> <li>• Spontaner Konsumstil</li> <li>• "underdog"-Bewußtsein, häufig Verbitterung, Enttäuschung, Neid</li> </ul>
<b>Aufstiegsorientiertes Milieu</b>	20 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beruflicher und sozialer Aufstieg als zentraler Lebensinhalt (sich hocharbeiten)</li> <li>• Vorzeigbare Erfolge haben, mehr erreichen als der Durchschnitt</li> <li>• Große Bedeutung von Konsumwerten (Auto, Urlaub)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Häufig mittlerer Abschluß oder Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung</li> <li>• Viele Facharbeiter u. qualifizierte Angestellte, auch kleine Selbstständige u. Freiberufler</li> <li>• Gehobene Einkommensklassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientierung an den Standards der gehobenen Schichten</li> <li>• Erfüllung der Rollenerwartungen im Beruf u. im sozialen Leben</li> <li>• Prestigeorientierter Konsumstil, hohe Wertschätzung von Statussymbolen</li> <li>• Häufig Furcht vor sozialem Abstieg u. Einbußen im Lebensstandard, Folge: Ständige Suche nach Profilierung</li> </ul>

<b>Modernes bürgerliches Milieu</b>	9 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonisches, angenehmes, behütetes Leben (Modernes Biedermeier)</li> <li>• Umfassendes Sicherheitsstreben</li> <li>• Wunsch nach der privaten Idylle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oft Mehrpersonen-Haushalte, kinderfreundliches Milieu</li> <li>• Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse</li> <li>• Meist einfache Angestellte und Beamte</li> <li>• Mittlere Einkommensklasse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wunsch nach Lebensqualität, Komfort u. Genuß, bürgerlicher Lebensrahmen</li> <li>• Gemeinschaftsorientiertes Privatleben</li> <li>• Große Bedeutung sozialer Werte (Freundlichkeit, Toleranz)</li> <li>• Bevorzugung konventionell-moderner Ästhetik</li> </ul>
<b>Liberal-intellektuelles Milieu</b>	10 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökologische u. politische Korrektheit: Soziale Gerechtigkeit, Versöhnung von Mensch und Natur</li> <li>• Postmaterielle Ansprüche: Selbstverwirklichung, Persönlichkeitswachstum, Individualität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe bis höchste Formatbildung (Abitur, Studium)</li> <li>• Qualifizierte und leitende Angestellte u. Beamte, Freiberufler, hoher Studentenanteil</li> <li>• Gehobenes Einkommensniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwelt- und gesundheitsbewußte Lebensführung, Streben nach Gleichgewichten</li> <li>• Bewußtes Einkaufs- u. Konsumverhalten, Verzicht auf "Überflüssiges"</li> <li>• Epikureische Genußphilosophie: Kenner-schaft u. Verfeinerung, Understatement u. Distinktion</li> <li>• Rege Anteilnahme am gesellschaftlichen u. kulturellen Leben</li> </ul>
<b>Modernes Arbeitnehmer-milieu</b>	9 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sich leisten können, was einem gefällt</li> <li>• Arbeit und Beruf werden dem Anspruch auf Freizeit, Lebenslust u. Genuß nicht untergeordnet</li> <li>• Autonomiebestreben, Kreativ sein, Verantwortung übernehmen</li> <li>• Familie und Kinder mit hohem Stellenwert</li> <li>• Geistige und fachliche Weiterbildung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Junges Milieu - unter 30 Jahre</li> <li>• Mindestens Real-schulabschluß, viele Auszubildende, Schüler u. Studenten</li> <li>• Facharbeiter, qualifizierte Angestellte, Beschäftigte im öffentlichen Dienst</li> <li>• Mittlere bis gehobene Einkommen, häufig Doppelverdiener</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgeschlossenheit für Neues, keine geschlossenen Weltbilder</li> <li>• Mainstream der jungen Freizeitkultur, konventioneller Modernismus im Konsum</li> <li>• High-Tech als selbstverständliches Element im Alltag</li> </ul>

<b>Hedonistisches Milieu</b>	13 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freiheit, Ungebundenheit, Spontaneität</li> <li>• Das Leben genießen: Fun and Action</li> <li>• Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Milieu der Jugendlichen, Altersschwerpunkt bis 30 Jahre</li> <li>• Überdurchschnittlich häufig geringe Formatbildung ("Ausbrecher")</li> <li>• Arbeiter, Angestellte, häufig noch in Schul- oder Berufsausbildung</li> <li>• Geringe persönliche Einkommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spontaner Konsumstil, unkontrollierter Umgang mit Geld</li> <li>• Konzentration auf das Hier und Jetzt</li> <li>• Stilprotest</li> </ul>
<b>Post-modernes Milieu</b>	7 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ungehinderte Entfaltung der eigenen Persönlichkeit, Ausleben seiner Gefühle</li> <li>• Zurückweisung von äußeren Zwängen, Normen, Ideologien</li> <li>• Lustvoll leben</li> </ul>	<p>Junges Milieu: Altersschwerpunkt 20 bis 35 Jahre, viele Singles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gehobene Bildungsabschlüsse</li> <li>• Mittlere Angestellte, kleinere Selbstständige u. Freiberufler, Schüler, Studenten u. Jungakademiker</li> <li>• Vorliebe für freie Berufe (Medien, Werbung, Kunst, Architektur)</li> <li>• Einkommensverteilung fast wie in der Grundgesamtheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ich-bezogene Lebensstrategie: Haben, Sein und Genießen - möglichst ohne einschränkende Verpflichtungen, Widersprüchlichkeit als Lebensform</li> <li>• Narzißtische Selbstinszenierung durch Konsum</li> <li>• Starkes Bedürfnis nach Kommunikation u. Unterhaltung / Bewegung</li> </ul>

<sup>4.21</sup> Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien, Hrsg.: Spiegel-Verlag Hamburg, 1998

#### 4.3.2.2 Die Konsumsituation Ende der 90iger Jahre - Die Herausbildung neuer Käufertypen

Das Spektrum der Konsumeinstellungen und -motive ist in den letzten Jahren erheblich breiter geworden. So reicht es von der ungebrochenen Konsumlust bis zur De-Consumption über die Zwischenstufen anspruchsvoller, selektiver, Erlebnis-Konsum bis zum Konsum-Boycott.

In Deutschland ist eine Polarisierung zu beobachten, in der sich die sozialhierarchische Differenzierung weiter verstärkt hat. Es fällt auf, dass man wieder zeigt, wohin man gehört und das man sich Prunk und Luxus leisten kann und will. Gleichzeitig ist durch latente Frustration und bewußte und provokative Abkehr vom gesellschaftlichen Mainstream eine neue, eigenständige Unterschichtkultur entstanden <sup>4.21</sup>.

Das Konsumverhalten ist demzufolge in einer zwiespältigen Entwicklung. Neben der reinen Konsumorientierung hat sich ein kritisches und selbstbewußtes Verbraucherverhalten herausgebildet. Die Verbraucher werden immer preisbewußter und kritischer und cleverer und glauben immer weniger daran, dass z. B. ein Markenartikel qualitativ besser ist und deswegen auch teurer sein müsste.

So hat sich eine neuer Käufereinstellung herausgebildet, die des **Smart-Shoppers**. Sie zeichnet sich durch Preis-Leistungs-Orientierung, Preis-Sensibilität und Schnäppchenjäger-Mentalität aus. Der Konsum wird zur rational geplanten Größe.

Dem hat der Handel wenig zuzusetzen, als durch Sonderangebote und Preisverfall. Eine Untersuchung der Düsseldorfer Werbeagentur Grey spricht von einer "Aldisierung der Märkte" <sup>4.22</sup>. Als Bereiche mit hoher Preisverfallsgefährdung werden die Computerbranche, die Modebranche, die mobile Telekommunikation als auch die Hotelbranche gesehen. Gleichzeitig bildet sich in Handelsbereichen, die öfters frequentiert werden eine Kundenbindung heraus, die ebenfalls bezeichnend ist für den

#### **Trend der Deutschen, konstant billig einzukaufen.**

Nach einer Untersuchung der GfK gehen die deutschen Verbraucher fast jeden Tag (rund 240 mal im Jahr) einkaufen, um sich mit den Gütern des täglichen Bedarfes einzudecken. Im Durchschnitt kaufen sie dabei in 13 verschiedenen Geschäften ein und geben im Durchschnitt rund 22 DM aus. In den Verbrauchermärkten sind es 37 DM, im Discounter 25 DM, in den Drogerien/Parfümerien noch 15 DM und bei den Metzgern/Fleischern nur 10 DM je Einkauf. Aufschlußreich ist, dass der Hauptteil der Bevölkerung bei den Discountern einkauft (Aldi: 84 %, Lidl: 51 %, Penny: 41 %, Plus: 38 %, Kaufland: 24 %, Allkauf: 18 %). Hier zeigt sich, dass die Verbraucher die Discounter zwar in absoluten Zahlen gemessen bevorzugen, die Verbraucher- und Supermarktketten aber in Bezug auf die Kundentreue bevorzugt werden. So liegt der Stammkäufer-Anteil der Kaufland-Gruppe bei 30 %, gefolgt von der Globus-Gruppe mit 29 % und Real mit 19 %. Aldi erreicht hier 15 %, Toom nur 14 % <sup>4.23</sup>.

<sup>4.21</sup> Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien, Hrsg.: Spiegel-Verlag Hamburg, 1998

<sup>4.22</sup> Hufschlag, Inge: Das Syndrom des In-seins ist schon wieder out, in: Handelsblatt vom 13.12.1995, S. 20

<sup>4.23</sup> FAZ vom 15.03.1999: Kundentreue bestimmt den Erfolg im Lebensmittel-Handel

Das Konsumverhalten wird durch weitere wichtige Veränderungstendenzen in der Gesellschaft determiniert, zusammengestellt in **Abbildung 4.13**.

**Abbildung 4.13**

Veränderungstendenzen in der Gesellschaft

Quelle: <sup>4.21</sup>

<b>WICHTIGE GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSTENDENZEN</b>	
<b>Modernisierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffnung des sozialen Raumes durch höhere Bildungsqualifikation</li> <li>• wachsende Mobilität und damit erweiterte Entfaltungsspielräume</li> </ul>
<b>Regression</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wachsende soziale Deklassierungsprozesse</li> <li>• Orientierungslosigkeit</li> <li>• Sinn- und Werteverlust und dadurch verstärkt autoritäre und aggressive Neigungen</li> </ul>
<b>Segregation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auseinanderdriften der Lebens- und Wertewelten</li> <li>• sozialhierarchische Differenzierung</li> <li>• Zunehmende Abschottung der sozialen Milieus gegeneinander</li> </ul>

<sup>4.21</sup> Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien, Hrsg.: Spiegel-Verlag Hamburg, 1998, S. 62

#### 4.4 Zusammenfassung

##### WIRTSCHAFTLICHER TRANSFORMATIONSPROZESS

Wirtschaftliche Situation und Arbeitsmarkt haben einen direkten Einfluß auf die Kaufkraft und das Kaufkraftverhalten der Bevölkerung.

Derzeit liegt die Wirtschaftskraft der Neuen Länder im Vergleich zu den Alten Ländern bei ca. 60 %, die Produktivität bei ca. 59 %, aber die Lohnsituation im Tarifbereich bei ca. 91 %, wohingegen die Arbeitslosenrate bei durchschnittlich 18 % liegt. Ohne den Ansatz der hohen Förderung des 2. Arbeitsmarktes würde diese Arbeitslosenrate noch weitaus höher liegen.

Der wirtschaftliche Strukturwandel in den Neuen Ländern wird noch einige Jahre brauchen, um annähernd gleiche Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensbedingungen wie in den Alten Ländern zu erreichen.

##### KAUFKRAFTENTWICKLUNG

Aus dieser wirtschaftlichen Gesamtsituation heraus besitzen andererseits die Bewohner der Neuen Länder eine weitaus geringere Kaufkraft. Diese ist wegen der unterschiedlichen regionalen Wirtschaftsentwicklung nochmals differenziert.

Während die Neuen Länder 1998 in ihrer durchschnittlichen Kaufkraft bei 73,3 % (77,2) des altbundesdeutschen Durchschnitts lagen, belegte Thüringen mit 72,5 % (76,3) den dritten Platz nach Brandenburg mit 73 % (76,9), Sachsen mit 72,6 % (76,4), aber noch vor Sachsen-Anhalt mit 71,8 % (75,6) und Mecklenburg-Vorpommern mit 69,4 % (73,1). Dem gegenüber lag Hamburg mit 110 % (115,9) an der Spitze der Alten Länder, gefolgt von Baden-Württemberg mit 103,4 % (108,9), Hessen mit 102,9 % (108,3) und am Ende des Rankings lag das Saarland mit 87 % (91,6) (Klammerwerte: Bezugsgröße Gesamtdeutschland in %) (siehe **Anlage 4.1**). Für Thüringen steht 1999 eine durchschnittliche Kaufkraft von 23.420 DM je Einwohner zu Buche, Spitzenreiter in Deutschland ist 1999 der Hochtaunuskreis mit einer Kaufkraft von 42.008 DM, gefolgt vom Landkreis Starnberg mit 40.780 DM, dem Landkreis München mit 40.692 DM und der Stadt München mit 39.780 DM je Einwohner.

Die Kaufkraftwerte korrelieren eindeutig mit der wirtschaftlichen Präsenz der jeweiligen Region und dessen Arbeitsmarkt- und Wirtschaftspotential: Je höher die Beschäftigtenzahl und potentielle Wirtschaftskraft des Gebietes desto höher die Kaufkraft je Einwohner.

Im regionalen thüringer Vergleich liegt nach Untersuchungen der GfK Nürnberg von 1998 die Stadt Weimar mit 87,24 an erster Stelle, gefolgt von den Städten Jena mit 86,87, Erfurt mit 86,79, Suhl mit 84,93, Gotha mit 80,80 und Gera mit 80,17 (Kaufkraftindex in Bezugnahme auf den Deutschland-Durchschnitt mit 100). Nach Untersuchungen der Macrom München und Köln für 1999 führt in der Kaufkraft die Stadt Jena mit 91,5, gefolgt von den Städten Erfurt und Weimar mit 83,5, Suhl mit 81,5, Sonneberg mit 81,4, Gera mit 80,7, Eisenach mit 79, Schlußlicht ist Sömmerda mit 71,7, Vorletzter der Kyffhäuserkreis mit 72,3.

<b>EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT</b>
Dieses Kaufkraftpotential wird nur zu einem Drittel im stationären Einzelhandel marktwirksam.
Während die Pro-Kopf-Ausgaben für Freizeit, Kultur und Gesundheit sowohl in West- als auch in Ostdeutschland ständig steigen, fallen die Ausgaben für Bekleidung, Nahrungs- und Genußmittel stetig.
<b>GESELLSCHAFTLICHER TRANSFORMATIONSPROZESS</b>
<b>GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSTENDENZEN</b>
Die alte Dualität zwischen Freizeit und Arbeit löst sich immer mehr auf, weil neue Arbeitsformen immer mehr Raum für Aktivitäten außerhalb des regulären Broterwerbs schaffen.
Die Gestaltung der Freizeit wird nach Konsum und Wohnen verstärkt zum herausragenden Statussymbol.
Sozio-demographische und sozio-ökonomische Entwicklungen führen zur Ausgabenverringering im Einzelhandel.
Eine stärkere Freizeit- und Erlebnisorientierung zeigt sich als Folge der Flucht vor dem Alltagsstreß.
Der Erlebniskonsum wächst damit schneller als der Versorgungskonsum.
Modernisierungsbestrebungen, Segregation und Regression in der Gesellschaft werden zu einer weiteren Polarisierung führen.
<b>BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG</b>
Die Bevölkerungszahl in Deutschland nimmt kontinuierlich ab. Dieser Trend zeigt sich besonders deutlich in den Neuen Ländern.
Von 1989 bis 1998 war in Thüringen ein Bevölkerungsrückgang von 221.041 Einwohnern zu verzeichnen. Das entsprach einem prozentualen Wert von 8,24 %.
Der Bevölkerungsrückgang ist auch gleichbedeutend mit einem Rückgang an Konsumenten.
<b>KAUFVERHALTEN IN OST- UND WESTDEUTSCHLAND</b>
Die ostdeutsche Gesellschaft hat sich auf den Weg gemacht, aber sie ist bisher nur unvollkommen in der bundesdeutschen Wohlstandsgesellschaft angekommen.
Das Kaufverhalten in Ostdeutschland unterscheidet sich nach wie vor erheblich von dem in Westdeutschland.
So ist der prozentuale Anteil der kaufkraftstärksten Milieus in Ostdeutschland (ca. 17 % der Bevölkerung) um ca. 9 % niedriger als in den Alten Ländern. Eine Konsumorientierung besitzen in den Alten Ländern ca. 65 % der Bevölkerung während in den Neuen Ländern nur ca. 40 % darauf orientiert sind. Trotzdem haben von den 11 Bereichen inzwischen 5 Milieus annähernd gleiche Grundorientierungen wie in Westdeutschland angenommen.
Der gesamtdeutsche Einheitstrend, billig einzukaufen, hat sich weiter verstärkt. Besonders in den Neuen Ländern wird wegen der geringeren Kaufkraft auf den preisbewußten Einkauf orientiert.
Inzwischen hat sich eine neue Käufereinstellung, die des Smart Shoppers, herausgebildet.



<b>AUSWIRKUNGEN DER WIRTSCHAFTLICHEN UND GESELLSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNGSTENDENZEN IN DEN NEUEN LÄNDERN AUF DIE HANDELSSTRUKTUR</b>
--

Der Bevölkerungsrückgang und die geringere Kaufkraft sind neben den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Unternehmensansiedlung verantwortlich für eine nur zögerliche Entwicklung einer ausgewogenen Handelsstruktur. Bisher wird durch eine Orientierung auf den Niedrigstpreis-Warenverkauf die Entwicklung eines breiten Angebotsspektrum behindert.
--

Die weitaus geringere Konsumbereitschaft der ostdeutschen Bevölkerung und deren Preisbewußtsein haben den preisaggressiven Anbietern in allen Bereichen des Handels deutliche Marktpositionen beschert.
---

Daneben konnten und wollten sich nur wenige Mittel- bis Hochpreisanbieter in den Neuen Ländern etablieren.
--

Das Fehlen dieser Anbieter, in innerstädtischen Lagen der Alten Länder eine Bereicherung, trägt in den Neuen Ländern eher zur Uniformierung der Einzelhandelslandschaft bei.
--

Die bisher geschaffene Handelsstruktur mit der Priorität des sekundären Handelsnetzes an den städtischen Peripherien, dokumentiert durch künstliche Erlebniswelten, wird durch den ostdeutschen Konsumenten wegen der nicht vorhandenen stadtzentralen Vergleichsmöglichkeiten vor Ort nach wie vor als besonders attraktiv angenommen.
---

## 5. EINZELHANDELSDYNAMIK UND RAUM- BZW. STADTENTWICKLUNG

### 5.1 Raumentwicklung: Stadt- und Umland

#### 5.1.1 Allgemeine Situationsbeschreibung

Die bisherige Siedlungsentwicklung in Westdeutschland nach 1945 hat zu einer strukturellen Ausuferung der historisch gewachsenen Siedlungsstrukturen geführt. Trotz des Vorhandenseins ausgereifter Raumordnungs-, Bauplanungs- bzw. bauordnungsrechtlicher Gesetzlichkeiten sind diese immer wieder durch die Landes- und Kommunalpolitik unterlaufen worden. Durch die nur schwer herstellbare Kongruenz der Ziele von Privatwirtschaft (Renditenmaximierung) und Allgemeinheit (Maximierung des Allgemeinwohls) sind Konflikte vorprogrammiert. Insbesondere in den Neuen Ländern, deren frühere raumstrukturelle Entwicklung vor 1989 eher durch Kompaktheit, denn durch hohen Flächenverbrauch gekennzeichnet war, hat die wirtschaftliche Umstrukturierung zu einem Übermaß an Landschaftsverbrauch geführt. Die Handels- und Gewerbegebietsentwicklung war hierfür Vorreiter. Neue, bisher nicht gekannte Strukturen, wie großflächiger Einzelhandel und moderne Gewerbeeinheiten wuchsen auf Kosten des Zentrums in die Fläche hinein. So hat die Stadtentwicklung in den Neuen Ländern nicht in, sondern um die Stadt herum stattgefunden. Der von SIEVERTS geprägte Ausdruck **Zwischenstadt**<sup>5.1</sup> ist dafür besonders zutreffend. Beispielphaft dafür ist auch die Entwicklung des Raumes zwischen Erfurt und Weimar.

Die Bedeutung dieses Wirtschaftsraumes und die darin stattgefundenen Planungen und Entwicklungen wurden auf Veranlassung des Verfassers bereits frühzeitig durch eine Studie untersucht. Dieser Raum wurde als Wirtschaftsraum durch die Grebner Ingenieure GmbH 1994 im Auftrag der IHK Erfurt, initiiert durch den Verfasser, untersucht und raumordnerische und städtebauliche Empfehlungen ausgesprochen<sup>5.2, 5.3</sup>. Der Versuch des Verfassers, die Landesregierung dafür zu interessieren, schlug fehl. Erst im Januar 1994 wurde durch die Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, finanziert durch den Freistaat Thüringen, eine Rahmenplanung Erfurt - Weimar beauftragt. Im Juli 1995 wurde diese Rahmenplanung vorgelegt<sup>5.4</sup>, deren Inhalte keine zusätzlichen neuen Erkenntnisse gegenüber der vom Verfasser beauftragten Studie erbrachten. Durch den Kulturkreis der deutschen Wirtschaft und die Bauhaus-Universität Weimar wurden die Entwicklungen des Raumes zwischen Erfurt und Weimar nochmals 1996/97 im Rahmen eines städtebaulichen Modellprojektes und eines Ideenwettbewerbes<sup>5.5</sup> untersucht und ebenfalls Empfehlungen ausgesprochen.

5.1 Sieverts, Thomas: Zwischenstadt - zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land, in: Bauwelt Fundamente, S. 118, 1997

5.2 Industrie- und Handelskammer Erfurt: Wirtschaftsraum Erfurt - Weimar: Entwicklungsmöglichkeiten: Bearbeiter: Grebner Ingenieure GmbH Erfurt, 1994

5.3 Huck, Christian: Industrie- und Handelskammer legt Studie über den Wirtschaftsraum Erfurt-Weimar vor, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 8/1994

5.4 Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen Weimar: Zwischen Erfurt und Weimar - Ergebnisse einer Rahmenplanung, 1995

Durch diese Planungs- und Entscheidungsverschleppung konnten Entwicklungen auf den Weg gebracht werden, die zur Landschaftzersiedelung und zur Schwächung der Handelsstruktur zu Gunsten des sekundären Handelsnetzes beitrugen, nachweislich z. B. durch die zusätzliche Flächengenehmigung für den Lebensmittel- und Baumarkt Globus in Erfurt-Linderbach (vergleiche hierzu **Punkt 2.2.1.4.2**). Mit der Festschreibung von raumverträglichen Größen des Einzelhandels als auch einer gewerbegebietlichen Entwicklung mit der Sicherung von Freiräumen wären die Einflußmöglichkeiten durch die Planungsgremien des Landes Thüringen durchaus noch vorhanden gewesen, sie wurden aber nicht genutzt. Erst zu einem Zeitpunkt, wo keine Umkehrung der Entwicklung mehr möglich war, wurden Fachgremien und die Wissenschaft eingeschaltet. Deren Hinweisen, z. B. zur Handelsflächenminimierung in diesem sensiblen Raum, wurde nicht gefolgt. Die allgemeinen Ursachen dieser Entwicklung resultieren letztendlich aus fehlenden siedlungsstrukturellen Normen und deren Einhaltung, die im Einigungsvertrag hätten verankert werden müssen, als auch einer Ignoranz gegenüber der vor 1989 existierenden Raumplanung in der ehemaligen DDR.

### 5.1.2 Suburbanisierung

Als Suburbanisierung wird eine Siedlungsentwicklung bezeichnet, die durch ungehinderte Bevölkerungs- und Arbeitsplatzwanderungen in die Fläche hinein im Umland größerer Städte gekennzeichnet ist <sup>5.6</sup>. Dieser Suburbanisierungsprozeß, hervorgerufen durch den Drang der Bevölkerung nach Wohnflächen im städtischen Umland und wirtschaftlichen Anforderungen der Wirtschaft nach bezahlbaren Gewerbeflächen, konnte in den Alten Ländern trotz normativer siedlungsstruktureller Vorgaben, wie z. B. die von der Ministerkonferenz für Raumordnung vereinbarten Ordnungsräume sich vielerorts weitgehend ungeordnet vollziehen oder in seinem Ausmaß durch Raumplanung kaum gebremst werden. Im Vergleich zu den USA, Brasilien, Mexiko oder der VR China hält sich der Suburbanisierungsprozeß in Grenzen und hat Westdeutschland noch eine ausgeglichene Siedlungsstruktur <sup>5.7</sup>. Die westdeutschen Städte und hier ihre Innenstadtbereiche konnten schon wegen ihrer ausreichenden Finanzkraft trotz des massiven Vordringens großflächiger Handelseinrichtungen überwiegend als lebendige Kristallisationspunkte von Handel, Dienstleistungen und Kultur erhalten werden <sup>5.8</sup>. Demgegenüber verlief der Suburbanisierungsprozeß in den Neuen Ländern erst nach 1989 im Zeitraffer ab und verursachte irreparable Schäden (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 2**).

<sup>5.5</sup> Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. und der Bauhaus-Universität Weimar: Von Innen nach Außen Stadtentwicklung ohne Stadt?, Köln, Weimar, 1997

<sup>5.6</sup> BfLR: Städtebaulicher Bericht: Nachhaltige Stadtentwicklung, Herausforderung an einen ressourcenschonenden und umweltverträglichen Städtebau, Bonn, 1996

<sup>5.7</sup> Hübler, Karl-Hermann: Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

<sup>5.8</sup> Prieb, Axel: Räumliche Planung und nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 249 - 254

Währenddessen die periphere Wohnungsbauentwicklung in überwiegendem Maße als Suburbanisierung bezeichnet werden kann, nämlich als Verlagerung von Wohnfunktionen aus der Stadt in die Peripherie hinein, kann bei der gewerblichen als auch handelsstrukturellen Entwicklung, legt man die obige Definition zu Grunde, von einer nachholenden Suburbanisierung, also einer Neuansiedlung von Gewerbe in der Peripherie gesprochen werden. Eine umfangreiche flächenhafte Suburbanisierung hatte es in der ehemaligen DDR vorher nicht gegeben.

So stellt HÜBLER in seinem Aufsatz zu Rahmenbedingungen der Raumplanung in Deutschland <sup>5.7</sup> fest, dass die "gigantische Land- und Stadtstrukturzerstörung" in den Neuen Ländern nicht in diesem Umfange hätte stattfinden müssen, wären siedlungsstrukturelle Normen nach dem Einigungsvertrag in Ostdeutschland wirksam geworden. **Anlage 5.1** gibt in einer Übersicht die Suburbanisierung mit ihren Ursachen, Erscheinungsbildern und Auswirkungen, differenziert nach Alten und Neuen Ländern wieder.

### 5.1.3 Nachhaltige Raumentwicklung

Räumliche Planungsvorstellungen stehen immer im Kontext der gesellschaftlichen Entwicklung und sind damit Teil des gesellschaftlichen Werte- und Normensystems. Schon aus dieser Tatsache heraus war es verständlich, dass die raumordnerischen Vorstellungen aus der ehemaligen DDR, die sich ebenfalls aus Grundprinzipien der Raumordnung in den 30iger Jahren herausgebildet hatten (Zentrale Orte, Achsensysteme), keine Beachtung in der weiteren siedlungsstrukturellen Entwicklung fanden.

Regionale Politik heißt heute, stets zwischen übergeordneten entwicklungspolitischen Zielen und teilräumlichen bzw. lokalen Betroffenheiten auszugleichen. Interessen der Allgemeinheit sind mit den Wünschen der Grundstückseigentümer und Investoren abzuwägen, sowie die Zielkonflikte zwischen den Sektoralinteressen der Fachpolitiken zum Ausgleich zu bringen. PRIEBIS formuliert in diesem Zusammenhang, dass es keine "neutrale" oder "optimale fachliche" Lösung derartiger Interessengegensätze gibt, sondern nur politische Lösungen <sup>5.8</sup>.

Die räumliche Planung ist einem wachsenden Druck ausgesetzt, der wegen der anhaltenden Individualisierung der Gesellschaft und einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Lebensstile (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.3**) weiter anwächst. Diese divergierenden Entwicklungen, einerseits ein Abdriften des Allgemeinwohls in wirtschaftliche und private Einzelinteressen, andererseits eine Begrenztheit der natürlichen Ressourcen, bedarf einer geänderten Planungsgrundhaltung.

---

<sup>5.7</sup> Hübler, Karl-Hermann: Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

<sup>5.8</sup> Priebis, Axel: Räumliche Planung und nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 249 - 254

Mit der ersten Novellierung des Raumordnungsgesetzes (ROG) des Bundes 1997 nach 25 Jahren in einer Verknüpfung mit dem Baugesetzbuch und der Formulierung einer **nachhaltigen Raumentwicklung** als Leitbild (Einklang von sozialen und wirtschaftlichen Ansprüchen an den Raum mit seinen ökologischen Funktionen und Zielrichtung einer dauerhaften, großräumig ausgewogenen Ordnung) sollen neue Impulse für die Raumordnung in Deutschland gegeben werden, wobei die Definition zur Nachhaltigkeit allerdings strittig ist<sup>5.9</sup>.

Diese nachhaltige Raumentwicklung korrespondiert mit den Festlegungen der Raumordnungsminister der Europäischen Union zum Europäischen Raumentwicklungskonzept (EUREK). **Anlage 5.2** faßt die Inhalte des Raumordnungsgesetzes zusammen und beschreibt die Leitvorstellung der nachhaltigen Raumentwicklung mit seinen Aufgaben, den Grundsätzen der Raumordnung und seinen Bindungswirkungen, während in **Anlage 5.3** das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK) mit seinen Rahmenbedingungen, grundlegenden Zielen, seinem Status und den Aufgaben der Raumplanung mit europaweiter Bedeutung beschrieben ist.

Grundinhalt von ROG und EUREK ist die nachhaltige Entwicklung, wobei das EUREK als weiteres Ziel den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt formuliert.

#### **5.1.4 Steuerung des Suburbanisierungsprozesses**

Die räumlichen Entwicklungstrends, wie die flächenhafte disperse Suburbanisierung, der fortschreitende Prozeß der räumlichen Entmischung von Funktionen, die weiter anhaltende Neuinanspruchnahme von Freiflächen für Siedlungszwecke und die damit verbundene anhaltende Zunahme des Individualverkehrs sind nicht nachhaltig. Neue Konzepte für eine Bewältigung des Siedlungsflächenwachstums sind deshalb unumgänglich. Die Leitbilder wie Dezentrale Konzentration, Nutzungsmischung und Nachhaltigkeit liefern dabei eine wichtige Orientierung, auch unter dem Gesichtspunkt gesamteuropäischer Entwicklung. **Ohne Umsetzungsstrategien bleiben diese Leitbilder aber erfolglos.** In Regionen mit hohem Siedlungsdruck, wie in Stuttgart oder Hannover werden z. B. Umsetzungsstrategien in Gestalt einer interkommunalen Zusammenarbeit mit weitreichenden Inhalten praktiziert. Sie sollen die stadtreionale Entwicklung besser steuern. **Abbildung 5.1** faßt die Möglichkeiten der Stadt-Umland-Beziehungen, differenziert nach Alten und Neuen Ländern zusammen, beschreibt die Inhalte der interkommunalen Zusammenarbeit/Kooperation in den genannten Regionen und formuliert Vorschläge für Thüringen. Eingedenk der Tatsache, dass sich die Städte und die Stadtreionen bisher als auch weiterhin als Träger der wirtschaftlichen Entwicklung gezeigt haben, kann als Handlungsoption formuliert werden, sie effizient weiter zu entwickeln, auch im Wissen um die Konfliktrichtigkeit.

---

<sup>5.9</sup> Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Handwörterbuch der Raumordnung, Hannover, 1995, S. 658 ff.

Der Verfasser ist der Auffassung, die in Thüringen in großer Anzahl verfaßten Regionalen Entwicklungskonzepte nicht weiter fortzusetzen. In der Praxis zeigt sich nämlich, dass regionale Entwicklungskonzepte den theoretischen Vorteil des Ausgleichs von Verteilungskonflikten wegen ihrer geringen Verbindlichkeit praktisch nicht einlösen können <sup>5.10</sup>. In Thüringen wurden auch bisher nur wenige Regionen im Rahmen von regionalen Entwicklungskonzepten untersucht, die wirklich Träger der wirtschaftlichen Entwicklung sind (Lediglich für die Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums Suhl, Rudolstadt-Saalfeld und die Mittelzentren Artern, Greiz, Ilmenau, Sonneberg, Sondershausen, Heiligenstadt, Worbis/Leinefelde und Sömmerda liegen regionale Entwicklungskonzepte vor <sup>5.11</sup>).

Er schlägt vielmehr vor, die Interessenidentität der Thüringer Städtekette entlang der A 4, also Eisenach, Gotha, Erfurt, Weimar, Jena, Gera in einer freiwilligen Kooperation als **Städtenetz A 4** zu bündeln und regionale Gemeinsamkeiten bei lokal verantworteten Planungen mit den Aufgabenfeldern Wirtschaftsförderung, Technologietransfer, Kulturaustausch, Imagewerbung und Marketing zu lösen. Erste Ansätze sind durch die anfänglich schwierige Kooperation im kulturellen Bereich durch das europäische Kulturstadtjahr Weimar 1999 als auch durch Lösungen im Schienenverkehrsverbund bereits erfolgt. Darauf gilt es aufzubauen, um auch in den anderen Handlungsfeldern nachhaltige Effizienzsteigerungen von Regionen und der dabei beteiligten einzelnen Städte zu erzielen. In diesem Rahmen dürfte es durchaus möglich sein, auch die Standortentwicklung des Handels zu bewerten und eine aktive Standortangebotspolitik zu verfolgen. Vergleiche dazu in der Weiterführung **Gliederungspunkt 5.4**.

### Abbildung 5.1

Steuerung regionaler Entwicklung im Sinne einer Nachhaltigen Raumentwicklung: Beispiele aus den Alten Ländern und Vorschläge für die Neuen Länder und Thüringen

Quelle: Eigener Entwurf

SICHERUNG EINER NACHHALTIGEN RAUMENTWICKLUNG		
	ALTE LÄNDER	NEUE LÄNDER / THÜRINGEN
	Bestehende Strukturen	
Stadt-Umland-Beziehungen	Kommunale Zweckverbände: <sup>5.12</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Großraum Hannover</li> <li>• Umlandverband Frankfurt</li> <li>• Planungsverband Gesamtregion Stuttgart</li> <li>• Verband Kieler Umland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebietsreform als Ausgangspunkt zur geordneten städtebaulich-räumlichen Entwicklung</li> <li>• Regionale Planungsgemeinschaften</li> </ul>

<sup>5.10</sup> Mähding, Heinrich (Hrsg.): Stadtperspektiven Difu-Symposium 1993 / Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin, 1994

<sup>5.11</sup> Zweiter Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, Hrsg.: Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, 1998, S. 7

<p>Interkommunale freiwillige Kooperation zwischen Kernstadt und Umlandgemeinden insbesondere bei Wirtschaftsthemen, wie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismusförderung</li> <li>• gemeinsamer Regionalverkehr</li> <li>• Regionalmarketing</li> <li>• Unternehmensansiedlungen</li> </ul> <p>Themen der Daseinsfürsorge, wie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• soziale und kulturelle Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interkommunale Kooperation als Zweckbündis unter dem Hintergrund fiskalischer Engpässe</li> <li>• Anstreben von Regionalverbänden</li> <li>• Freiwillige Zusammenarbeit als erste Stufe der überörtlichen gemeinsamen Aufgabenerledigung (Z. B.: Bipolare Stadtregion Leipzig-Halle: Staatsvertrag Sachsen-Sachsen-Anhalt <sup>5.12</sup>)</li> </ul>
Konkrete Beispiele	Vorschläge für Thüringen
<p>Interregionale Zusammenarbeit in der <b>Region Stuttgart</b> <sup>5.10, 5.12</sup> durch Übertragung der Trägerschaft für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionalplanung</li> <li>• Landschaftsrahmenplanung</li> <li>• Regionalverkehrsplanung</li> <li>• ÖPNV, Abfallentsorgung</li> <li>• Regional bedeutsame Wirtschaftsförderung</li> <li>• Tourismus-Marketing</li> </ul> <p>Interregionale Zusammenarbeit in der <b>Region Hannover</b> <sup>5.12</sup> durch Übertragung der Trägerschaft für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ÖPNV u. regionales Straßennetz</li> <li>• Überörtliche Wirtschaftsförderung</li> <li>• Berufsbildende Schulen</li> <li>• Regionalplanung</li> <li>• Naturschutz u. regionale Naherholung</li> <li>• Wasser- und Abfallwirtschaft</li> <li>• Krankenhauswesen u. Gesundheitsdienst</li> <li>• Sozialhilfe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herstellung der regionalen Kooperation über konkrete Projekte</li> <li>• <b>Abkehr von Regionalen Entwicklungskonzepten</b>, die wegen ihrer geringeren Verbindlichkeit nicht in der Lage sind, Verteilungskonflikte auszugleichen</li> <li>• Städte und Stadtregionen als Träger der wirtschaftlichen Entwicklung stehen in interregionaler Konkurrenz</li> <li>• Freiwillige Kooperation in Form des <b>Städtenetzes A 4 - Thüringer Städteketten: Eisenach-Gotha-Erfurt-Weimar-Jena-Gera</b>), mit den Aufgabenfeldern: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftsförderung</li> <li>• Technologietransfer</li> <li>• Kulturaustausch</li> <li>• Imagewerbung</li> <li>• Marketing</li> </ul> </li> <li>• Gemeinsame Regionalplanung mittels <b>Regionalem Flächennutzungsplan</b></li> </ul>

<sup>5.10</sup> Mähding, Heinrich (Hrsg.): Stadtperspektiven Difu-Symposium 1993 / Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin, 1994

<sup>5.12</sup> Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau / empirica Gesellschaft für Qualitative Marktforschung, Struktur- und Stadtforschung mbH (Herausgeber): Die Zukunft der Stadtregionen. Dokumentation eines Kongresses in Hannover am 22./23.10.1997, Bonn, 1998

### 5.1.5 Bedeutung der Raumordnung auf Bundes- und Landesebene

Die Bedeutung der raumpolitischen Entwicklung wird derzeit von der Bundesregierung nicht mehr in ihrer grundhaften Wertigkeit berücksichtigt. So wurde zwar noch das Raumordnungsgesetz mit seiner Grundforderung der nachhaltigen Raumentwicklung durch die letzte Bundesregierung 1997 auf den Weg gebracht, die jetzige Wertigkeit der Bundesraumordnung hat aber ihren ressortübergreifenden und interessenneutralen Standort verloren und befindet sich nunmehr in einem untergeordneten Ressort mit der Priorität von Verkehr, Bau- und Wohnungswesen. Auch auf Länderebene ist die Wertigkeit der Raumordnung unterschiedlich fixiert, aber grundsätzlich in Abwertung begriffen.

Der Freistaat Thüringen ordnete die Raumordnung in der ersten Legislaturperiode von 1990 bis 1994 dem Ministerium Umwelt zu. In der zweiten Legislatur von 1994 bis 1999 wurde die Raumordnung als letzte Abteilung Nr. 7 im Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur geführt. Damit war zwar theoretisch eine stärkere Verknüpfung mit wirtschaftlichen Belangen gegeben, die aber zur Folge hatte, dass, betrachtet man die Handelsentwicklung, wirtschaftlichen Fehlentwicklungen mit negativen Auswirkungen auf die Raumordnung (Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel respektive Gewerbegebietsansiedlungen in peripheren Bereichen) in ihren Auswirkungen nicht dargestellt bzw. Entwicklungen auch beschönigt wurden (Siehe dazu auch **Gliederungspunkt 5.4.1.1**). Seit 1999 gehört die Raumordnung zum Ministerium für Bundes- und Europaangelegenheiten. Inwieweit dort die Würdigung der Raumordnung als querschnittshaft und am Raum orientierte Zukunfts- und Ordnungsplanung wirksam werden kann, bleibt abzuwarten.

Auch in den anderen Neuen Ländern ist die Position der Raumordnung sehr unterschiedlich. Während in Sachsen die Zusammenlegung von Landwirtschaft, Landesentwicklung und Umweltpolitik erfolgte, die Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern der Arbeitsmarktpolitik untergeordnet (vorher: Bau, Landesplanung und Umweltschutz) ist, wurde in Sachsen-Anhalt die Raumordnung dem Ministerium Umwelt zugeordnet.

Der Verfasser ist der Auffassung, dass die Bedeutung der Raumordnung als Zukunfts- und Ordnungsplanung in der Politik stärkere Beachtung finden muß. Es gilt, die Fachkompetenz der Raum- und Stadtplaner in die Politik hineinzutragen, um eine weitere Sensibilisierung für die zukünftige Raumentwicklung zu erreichen. Allerdings kann das räumliche Planungssystem ökonomische und gesellschaftspolitische Trends nicht umkehren, sondern nur kanalisieren und in ein räumliches Gesamtsystem einbauen

5.13

---

5.13 Runkel, Peter: Zur Zukunftstauglichkeit des planungsrechtlichen Instrumentariums für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 255 - 258



Die Raumordnungspolitik befindet sich dabei immer in unvermeidlichen Spannungsfeldern, wie

- dem Verhältnis vertikal orientierter Fachpolitiken zur Notwendigkeit horizontaler Vernetzung
- dem Ausgleich zwischen prosperierenden Zentren und strukturschwachen, z. T. peripheren Regionen
- dem Ausgleich zwischen dem "freien" Spiel der (markt-)wirtschaftlichen Kräfte und einer am Ziel gleichwertiger Lebensbedingungen in allen Teilregionen orientierten Raumpolitik
- dem Verhältnis zwischen (durchsetzungs-)starken Fachpolitiken und ideenreicher, aber "mittelloser" instrumentierter Raumentwicklungspolitik <sup>5.14</sup>.

Die jüngste Diskussion um die Genehmigungsfähigkeit von Factory Outlet Center zeigt dieses Spannungsfeld deutlich. Während die ansiedlungswilligen Unternehmen als auch die betroffene Gemeinde sich wirtschaftliche Vorteile von einer Ansiedlung versprechen, werden der traditionelle Einzelhandel in den umliegenden Gemeinden bedroht. Die von der MKRO verfaßte EntschlieÙung steckt zur Verfahrensweise den Handlungsrahmen ab, allein die betroffenen Gemeinden als auch die betroffenen Länder reagieren nicht immer nach der von ihnen mit verfaßten EntschlieÙung. Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.3.3.3. und Anlage 5.4.**

Mit der Zuordnung der thüringer Raumordnung in das Ministerium für Europaangelegenheiten könnte eine Verbindung zur europäischen Raumentwicklung hergestellt werden. Noch hat sich diese Struktur nicht verfestigt und es bleibt die Hoffnung auf hoffentlich positiven Auswirkungen. Anzumerken bleibt aber dennoch, dass die in der letzten Legislatur mögliche enge Verbindung zwischen Wirtschaftsförderung und Raumordnung sich schwieriger gestalten wird. Dessen ungeachtet bedarf es aber auch in Verwirklichung des Gegenstromprinzips einer intensiveren Zusammenarbeit der Städte mit ihren regionalen Gremien als auch untereinander zur Bewältigung der Stadt-Umland-Probleme.

---

<sup>5.14</sup> Tönnies, Gerd: EUREK-Forum "Für eine ausgewogene und nachhaltige Entwicklung des europäischen Raumes - Von Prinzipien zu einer besseren Praxis", in: Raumforschung und Raumentwicklung, Heft 2/3, 1999, S. 191 - 194

## 5.2 Stadtentwicklung

### 5.2.1 "Amerikanisierung" unserer Städte versus kompakte und durchmischte Stadt

#### 5.2.1.1 Stadtentwicklung in den USA

Als symptomatisch für die Aufgabe historisch gewachsener Städte durch Suburbanisierung läßt sich die Entwicklung in den USA bezeichnen.

Auch dort begann diese Entwicklung mit der **Suburbanisierung durch den Einzelhandel**. An diesen peripheren Standorten siedelten sich zunächst Freizeiteinrichtungen, später nachgeordnete Dienstleistungen (*back offices*) aus den Städten an. Hauptmotivation für diese Strategie sind die niedrigeren Grundstücks- und Arbeitskosten im suburbanen Raum. Sogenannte *edge cities* entstanden dann durch die Ansiedlung von zukunftsorientierten Dienstleistungsbereichen. Ursachen für diese Wachstumsdynamik lagen, bzw. liegen in <sup>5.15</sup>:

- Veränderung der allgemeinen Wirtschaftsstruktur (**Globalisierung**)
- veränderter gewerblicher Standortanforderungen als Ergebnis der neuen technologischen Entwicklungen (**Flexibilisierung**)
- infrastrukturellen, verkehrlichen und demographischen Standortfaktoren
- Fehlen von Planungsrestriktionen auf Landes- und Regionalebene.

Diese Art der Stadtentwicklung wird als Negativ-Szenario in der bisherigen Entwicklung der ostdeutschen Städte verwendet. Auch hier ist ähnlich zu vermerken, dass durch den Einzelhandel in der Peripherie die Suburbanisierung einsetzte und beschleunigt wurde. Anders als in den USA steht der Wille der Fachplaner als auch von Teilen der Politik nach grundsätzlichem Erhalt der vorhandenen Siedlungsstruktur.

#### 5.2.1.2 Leitbilder der Stadtentwicklung

Die Leitbild-Diskussionen zum Städtebau in den Alten Ländern sind als Reflexionen der als unbefriedigend empfundenen jeweiligen Stadtentwicklungssituationen zu bezeichnen. Vor ca. 40 Jahren wurde die "gegliederte und aufgelockerte Stadt" als damals weitgehend akzeptiertes Leitbild umrissen. In den 60iger Jahren wurde "Verdichtung und Verflechtung" propagiert, heute heißt das Leitbild "kompakte und durchmischte Städte in polyzentrischen Stadtregionen" mit der Forderung nach Nachhaltigkeit. Der 1993 vorgelegte Bericht der Kommission Zukunft Stadt 2000 <sup>5.16</sup> bestätigt 40 Jahre Suburbanisierung in Westdeutschland trotz vorhandener Planungsmechanismen zur Eindämmung dieser Entwicklung.

<sup>5.15</sup> Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung: Wirtschaftlicher Strukturwandel, Globalisierung und Stadtentwicklung, in: Reihe Wirtschaftspolitische Diskurse Heft Nr. 95, 1996

<sup>5.16</sup> Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau: Zukunft Stadt 2000 - Bericht der Kommission Zukunft Stadt 2000, Bonn, 1993

Er stellt fest, dass die Expansion der Städte auch weiterhin anhalten wird.

In Grundlagen und in den Prinzipien zur Zukunft der Stadt, wurden Zukunftsfragen formuliert und bewertet, die folgenden Grundinhalte aufweisen:

- Wachstumsbewältigung der Städte
- Kompakte und durchmischte Städte in polyzentrischen Regionen
- Verringerung der ökologischen Belastungen trotz Expansion der Städte
- Verhinderung von Armut und Ausgrenzung - die soziale Stadt
- Abbau von Übermobilität durch verkehrsvermindernde Siedlungsentwicklung und effektive Mobilitätssysteme
- Modernisierung des öffentlichen Sektors durch Steigerung der Effektivität der Leistungsorganisationen und der Qualität der Leistungen
- Stärken der politischen Partizipation durch mehr Bürgereinfluß

Für die ostdeutsche Stadtentwicklung wird wegen der nachgeholten Suburbanisierung bei sprunghaft wachsender Motorisierung festgestellt, dass wahrscheinlich dispersere Stadtregionen als in Westdeutschland entstehen werden. Diese Aussage ist durch weitere Detailuntersuchungen zu untersetzen und gilt nach Auffassung des Verfassers in den einzelnen Regionen mit unterschiedlicher Intensität, da die Auslöser dieser Entwicklungen, wie Einkaufs- und Gewerbestandorte ebenfalls höchst unterschiedlich den Prozeß der nachholenden Suburbanisierung gestaltet haben. Vergleiche dazu beispielhaft die Entwicklung der Shopping-Center in den Neuen Ländern, dargestellt in

#### **Gliederungspunkt 2.3.2.4.**

Dieses Leitbild der kompakten und durchmischten Stadt in polyzentrischen Regionen mit der Forderung nach einem polyzentrischen System mit jeweils verdichteten, durchmischten Siedlungskernen, bei dem die historischen Stadtkerne ein deutliches Übergewicht erhalten, wurde in den einzelnen Schwerpunktbereichen Wirtschaft, Verkehr, Umwelt und Wohnen im Städtebaulichen Bericht der BfLR von 1996 <sup>5.17</sup> nochmals untersetzt, dort aber mit der Dominanz der Ökologie. Vergleiche dazu die Zusammenfassung in **Anlage 5.5**. Auch die umfängliche Diskussion der Leitbilder in einem Kongress zur Zukunft der Stadtregionen <sup>5.12</sup> zeigt deutlich, dass die Stadtplaner zwar nach Lösungen suchen, die Entwicklungen auch in ihren einzelnen Stufenmodellen beschrieben haben, aber die Vorschläge immer an der Umsetzung scheitern (siehe dazu auch **Gliederungspunkt 5.1**). ADRIAN <sup>5.12</sup> hat diese Stadtentwicklungstendenzen in 4 Stadtmodellen zusammengefaßt, graphisch dargestellt in **Anlage 5.6**:

1. Die bewahrte Stadt
- 2. Die Stadt der kooperierenden Zentren**
3. Die ausgelaugte Stadt ("Zwischenstadt" nach Sieverts)
4. Die Stadt der künstlichen Welten

---

<sup>5.17</sup> BfLR: Städtebaulicher Bericht: Nachhaltige Stadtentwicklung, Herausforderung an einen ressourcenschonenden und umweltverträglichen Städtebau, Bonn, 1996

<sup>5.12</sup> Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau / empirica Gesellschaft für Qualitative Marktforschung, Struktur- und Stadtforschung mbH (Herausgeber): Die Zukunft der Stadtregionen. Dokumentation eines Kongresses in Hannover am 22./23.10.1997, Bonn, 1998

SIEVERT forderte dort eine europäische Alternative zur Suburbanisierung durch eine europäische Stadtplanung, die sich aus ihrer zur Zeit resignativ depressiv defensiven Haltung herauslöst<sup>5.12</sup>.

Der Verfasser ist hier der Auffassung, dass solange diese Probleme nur in kleinem elitären Fachkreis diskutiert werden, eine breite Sensibilisierung nicht stattfindet.

Erst ein entsprechender Leidensdruck führt zum aktiven Handeln, beispielhaft sind dabei die Stadt-Umland-Beziehungen in Hannover bzw. Stuttgart.

Jede Leitbilddiskussion führt letztendlich auch zu Verallgemeinerungen, die mitunter zu nicht gewollten Widersprüchen in der Interpretation führen. So ist das Leitbild kompakte Stadt für die zentraleuropäischen Städte eine zukunftsfähige Alternative, für die mediterranen Städte, deren historische Entwicklung einen anderweitigen Verlauf genommen hat, aber weniger anwendbar. **Anlage 5.7** faßt diese Diskussion zum Konzept urbane Nachhaltigkeit – die kompakte Stadt zusammen. So kann eine gemeinsame europäische Stadtentwicklungspolitik nicht durch europaweite Vorschriften konstruiert werden. Für europäische Städte ist eine gemeinsame Perspektive wegen internationaler ökonomischer Prozesse und deren Interaktion mit dem urbanen Raum und der urbanen Gesellschaft zu sehen, wobei keine historische und kulturelle Homogenität zu unterstellen ist. Globales Ziel muß eine **nachhaltige Entwicklung** sein, die aber nicht von allgemeingültigen Modellen oder reduktionistischen Methodologien geleitet sein darf. Sie muß vielmehr die Einzigartigkeit des physischen und nichtphysischen Kontextes jeder Stadt beachten und die schöpferische Auseinandersetzung mit urbaner Spezifität fördern.

#### **5.2.1.3 Die Leitfunktion des Einzelhandels für eine nachhaltige Stadtentwicklung**

Neben den Einrichtungen des tertiären Sektors mit Dominanz der Funktionen Kultur/Bildung, Forschung/Gesundheit, produktionsnahen Dienstleistungen stellt der Einzelhandel eine wesentliche Größe in der Erhaltung und Belebung der Städte und insbesondere ihrer Zentren hinsichtlich ihrer Polyfunktionalität dar. Auch unter Beachtung neuer zusätzlicher als auch neuartiger Freizeitfunktionen, die wiederum in Kooperation mit dem Handel auftreten (Vergleiche **Gliederungspunkt 3.3.3.2**) wird diese Leitfunktion Bestand haben. Die Wertigkeit des Handels wird zwar seit längerem z. B. auch durch die Ministerkonferenz für Raumordnung in der Gemeinsamen Entschließung vom 29.3./21.6.1996 "Innenstädte als Einzelhandelsstandort erhalten" (**Abbildung 2.16**) propagiert, sie ist aber immer noch nicht zum Allgemeingut der Raumordnungs- und Stadtplanung in Thüringen geworden, vergleiche dazu **Gliederungspunkt 2.2.1.4.2** als auch **5.4.4.2**. Der Handel ist größter Investor in den Innenstädten und entscheidet damit über die weitere Zukunft der Städte.

5.12

Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau / empirica Gesellschaft für Qualitative Marktforschung, Struktur- und Stadtforschung mbH (Herausgeber): Die Zukunft der Stadtregionen. Dokumentation eines Kongresses in Hannover am 22./23.10.1997, Bonn, 1998

Eine gewichtige Rolle spielt hierbei die verkehrliche Erreichbarkeit. Tendenzen eines Verkehrsverbotes für die ostdeutschen Innenstädte führt nicht zu einer Revitalisierung der Zentren, sondern leistet der Stabilisierung der peripheren Standorte Vorschub<sup>5.18</sup>.

Die Städte und insbesondere die in den Neuen Ländern haben langfristig nur dann eine Überlebenschance, wenn auf die Verwirklichung der nachhaltigen Stadtentwicklung gesetzt wird. Von besonderer Wichtigkeit ist dabei die Neubestimmung des Aufgabenbereiches der Kernstadt.

**Die wesentliche wirtschaftliche Basis für die Kernstadt ist und bleibt dabei der Einzelhandel.**

Durch die Wiedernutzung brachgefallener Flächen in den Städten besteht die Möglichkeit, die weitere Suburbanisierung zu stoppen und die Ränder zu verfestigen.

## **5.2.2 Stadtentwicklung und Einzelhandel in Europa**

Die Handelsentwicklung in ihrem Kontext zwischen städtischen und peripheren Standorten berührt als komplexer Vorgang zahlreiche Politikbereiche, wie die Wirtschafts-, Umwelt-, Verkehrs- und Verbraucherpolitik auf der einen Seite mit seinen Auswirkungen auf die Stadtentwicklung und Raumordnung. Die Standortentwicklung des Handels zwischen "Innenstadt" versus "Grüne Wiese" ist ein Problem nicht nur in Deutschland sondern in ganz Europa. Im europäischen Maßstab werden bisher die Schwerpunkte nur in der Steuerung der Raumordnung und der Städte- und Handelspolitik gesetzt<sup>5.19</sup>. Raumordnung, Stadtentwicklung und Handel spielen im Europäischen Binnenmarkt eine immer wichtigere Rolle.

### **5.2.2.1 Das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK)**

Die Mitgliedstaaten und die Europäische Kommission haben ein Raumentwicklungskonzept nur als Bezugsrahmen ohne bindenden Charakter vorgelegt, dass die Konvergenz verschiedener Politikbereiche fördern soll. Das EUREK soll als eher begleitendes denn Handlungsanweisungen gebendes "Instrument" fungieren und Orientierungen für raumwirksame Entscheidungen und Aufstellungen regionaler Entwicklungsprogramme vermitteln, ohne in bestehende Kompetenzstrukturen einzugreifen. Zudem ist Raumentwicklung kein Ersatz für eine konsequente Regional- und Kohäsionspolitik<sup>5.14</sup>. **Anlage 5.3** stellt die Grundziele des europäischen Raumentwicklungskonzeptes dar während **Abbildung 5.2** eine Kurzfassung der Grundziele und der Stadtentwicklung mit dem Leitbild kompakte Stadt zeigt.

<sup>5.14</sup> Tönnies, Gerd: EUREK-Forum "Für eine ausgewogene und nachhaltige Entwicklung des europäischen Raumes - Von Prinzipien zu einer besseren Praxis", in: Raumforschung und Raumentwicklung, Heft 2/3, 1999, S. 191 - 194

<sup>5.18</sup> Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung: Stärkung der Kernstädte: Stadtverkehr und Cityhandel, in: Wirtschaftspolitische Diskurse Heft Nr.79, 1995

<sup>5.19</sup> Blatt, Lothar, Gisela v. Raczeck: Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese", Europäische Fakten und Erfahrungen, Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Bonn, 1998

Eine positive Entwicklung in der Umsetzung der aufgezeigten Entwicklungsziele wird sich aber nur durch die konsequente "Europäisierung" der nationalen Raumordnungspolitiken erreichen lassen<sup>5.14</sup>. Es wird festgestellt, dass das EUREK kein zentraler Entwicklungsplan ist, sondern vielmehr eine Verdeutlichung einer eigenständigen Entwicklungspolitik innerhalb des Zieldreiecks Wirtschaftsunion - Sozialunion - Umweltunion. Ihre jeweilige Identität soll mit "Kreativität von unten" weiterentwickelt werden<sup>5.14</sup>.

### Abbildung 5.2

Inhaltliche Ziele des EUREK in Bezug auf Handels- und Stadtentwicklung

Quelle: EUREK<sup>5.20</sup>

GRUNDLEGENDE ZIELE DES EUREK	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	Wirtschaftlicher und sozialer Zusammenhalt
	Nachhaltige Entwicklung
	Ausgeglichene Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Raum
NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG MIT DEM ZIEL DER "KOMPAKTEN STADT"	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	Steigerung der Attraktivität der Städte für mobiles Investitionskapital
	Erfahrungsaustausch über und Unterstützung von wirksamen Methoden für die Reduzierung der städtischen Expansion
	Verbesserung der Wirtschafts-, Umwelt- und Dienstleistungsinfrastruktur
	Dynamische, attraktive Städte als Motoren des wirtschaftlichen Wachstums sichern die Wettbewerbsfähigkeit der Region
	Förderung umfassender Stadtentwicklungskonzepte, die auf soziale und funktionale Diversität abzielen, vor allem im Hinblick auf die Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung und die Umnutzung bereits bebauter Flächen
	Förderung des intelligenten Managments städtischer Ökosysteme, unter anderem Schutz und Entwicklung städtischer Freiräume und Grüngürtel
	Stärkung der Handelsfunktion von Städten und ihrer Umgebung
	Förderung einer nachhaltigen Erreichbarkeit in Ballungsräumen durch adäquate Standortpolitik und Flächennutzungsplanung
	Erhaltung und Entwicklung des Kulturerbes

Mit den aufgeführten Prinzipien und Optionen steht das EUREK im Kontext mit den Ergebnissen der UN-Konferenzen in Rio de Janeiro und Istanbul (Habitat II), die eine multisektorale, integrierte Stadtentwicklungstrategie propagieren (Habitat Agenda, Lokale Agenda 21)<sup>5.19</sup>.

<sup>5.14</sup> Tönnies, Gerd: EUREK-Forum "Für eine ausgewogene und nachhaltige Entwicklung des europäischen Raumes - Von Prinzipien zu einer besseren Praxis"

<sup>5.19</sup> Blatt, Lothar, Gisela v. Raczeck: Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese"

<sup>5.20</sup> Informelles Treffen der für die Raumordnung zuständigen Minister der Europäischen Union, Glasgow, 8. Juni 1998

## 5.3 Handelsstruktur und Verkehr

### 5.3.1 Allgemeine Situationsbeschreibung

Der Verkehr trifft in Deutschland immer mehr auf infrastrukturelle Kapazitätsgrenzen bei allen Verkehrsträgern, wie Straße, Schiene als auch Luftverkehr. Der Personenverkehr als Berufs-, Einkaufs-, Geschäfts- und vor allem Freizeit- und Urlaubsverkehr sowie der Güterverkehr entwickelt sich seit mehr als 25 Jahren entgegen den Vorstellungen vieler Verkehrs- und Raumplaner. In der aktuellen Diskussion wird davon gesprochen, die Fehler der Alten Länder nicht auf die Neuen zu übertragen und durch Verkehrsverlagerung bzw. Verkehrsvermeidung Auswege aufzuzeigen. Im Mittelpunkt dieser Betrachtung steht dabei die Mobilität, ein äußerst komplexes, nicht monokausal erklärbares Problem. Der Verkehrsinfrastrukturausbau ist nachweislich stets der Mobilitätsentwicklung nachgefolgt, wobei die einzelnen Verkehrsträger unterschiedlich behandelt wurden. ABERLE stellt in seinem Aufsatz zur Mobilität <sup>5.21</sup> dar, dass eine enge Verknüpfung zwischen Mobilität, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklung besteht. Insbesondere im Personenverkehr ist das als Mobilitätsbedürfnis bezeichnete Phänomen nicht zu beherrschen. Die gesellschaftlichen Veränderungen (Vgl. hierzu **Gliederungspunkt 4.2**) haben dabei zu einem verstärkten Anwachsen des privaten Gelegenheitsverkehrs geführt. Zunehmende Freizeit wird dominierend in Mobilität umgesetzt. Lediglich im Güterverkehr kann durch verkehrspolitische wie auch organisatorische Maßnahmen eine Mobilitätsentwicklung beeinflusst werden. Dazu gehören z. B. die Erhöhung des durchschnittlichen Auslastungsgrades im Straßengüterverkehr (ca. 55 %), im Werksverkehr (ca. 45 %) durch veränderte City-Logistik-Konzepte <sup>5.21</sup>.

Der Stadtverkehr als ein Teil der Verkehre zur Gewährleistung der Funktionstüchtigkeit der Handelsstruktur soll hier näher untersucht werden.

### 5.3.2 Stadtverkehr

Die reinen betriebswirtschaftlichen Bedingungen des Handels im Einklang mit dem Kundenkaufverhalten haben besonders in den Neuen Ländern zu einer Polarisierung in der Handelsstruktur geführt. Während vor den Toren der Stadt die geballten Handelsgroßflächen in die Landschaft ausufern und sich dort wegen der guten verkehrlichen Erreichbarkeit bei kostenlosen Parkplätzen und dem preisgünstigen Warenangebot größter Beliebtheit erfreuen, fristeten die innerstädtischen Entwicklungen lange Zeit ein Schattendasein. Erst mit der Konzentration von attraktiven Angeboten in den Städten und der Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit treten Verbesserungen ein. Wegen der Massivität der Flächenangebote in der Peripherie werden die Innenstädte ohne neue Konzepte im und mit dem Handel nicht überleben können (Vergleiche hierzu die **Punkte 3.2** bzw. **3.3**).

<sup>5.21</sup> Aberle, Gerd: Das Phänomen Mobilität - beherrschbarer Fortschritt oder zwangsläufige Entwicklung?, in: Internationales Verkehrswesen, Heft 7+8/1993, S. 405 - 410

Dabei spielt der Verkehr und hier sowohl der Kundenverkehr als auch der Wirtschaftsverkehr für den Handel die herausragende Rolle.

Während in den vergangenen Jahrzehnten die autogerechte Stadt propagiert wurde, zeichnete sich spätestens mit Beginn der 90iger Jahre eine Tendenzwende hin zur "stadtverträglichen" Ausgestaltung des Mobilitätsgeschehens jeglicher Art ab <sup>5.22</sup>. Unterschiedliche Interessenlage und objektiv bedingte Unschärfen bei bisherigen analytischen Ergebnissen lassen derzeit noch keine eindeutigen Strategievorschläge präferieren. Die Einzelfallentscheidungen sind hier das Maß der Dinge.

### **5.3.3 Stadtverkehr in den Neuen Ländern: Spezifische Bedingungen**

Die Städte in den Neuen Ländern als auch die sie verbindende Verkehrsinfrastruktur waren für die gesellschaftlichen Veränderungen nicht ausreichend dimensioniert. Die in kürzester Zeit erfolgte Nachmotorisierung brachte die vorhandene Verkehrsinfrastruktur zum Kollabieren <sup>5.23</sup>.

Der einsetzende Einkaufsverkehr galt anfänglich den Städten und Einkaufszentren in den Alten Ländern. Wie unter **Punkt 2** bereits dargestellt, wurden die Handelskonzentrationen danach nicht in, sondern an den Städten vollzogen. Der zu diesen Zentren einsetzende Verkehrsfluß belastete zusätzlich die vorhandene Verkehrsinfrastruktur. REINHOLD, JAHN und TSCHUDEN haben dies deutlich an einem nichtintegrierten Einkaufszentrum (Südring-Center an der A 10 bei Rangsdorf/Berlin) nachgewiesen <sup>5.24</sup>.

Der sich ebenfalls entwickelnde innerstädtische Einzelhandel verlor einen hohen Anteil an Kunden durch

- die neuen dezentralen Einkaufszentren und deren kostenfreie Parkangebote
- durch die schwer erreichbaren innerstädtischen Handelsstandorte, bedingt durch
  - permanente Baumaßnahmen
  - fehlende PKW-Parkmöglichkeiten
  - Verteuerung der Fahrpreise im Öffentlichen Personennahverkehr
  - Unpünktlichkeiten im Öffentlichen Personennahverkehr wegen Baumaßnahmen und Überlastung der Verkehrsinfrastruktur in den Städten.

---

<sup>5.22</sup> Berner, Con: Wirtschaftsverkehre sind aus Städten nicht wegzudenken, in: Handelsblatt vom 15.10.1998

<sup>5.23</sup> Huck, Christian: Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen in Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 "Transformationsprobleme - lösbar?" - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

<sup>5.24</sup> Reinhold, Tom, Jahn, Helge, Tschuden, Clemens: Die verkehrserzeugende Wirkung von Einkaufszentren auf der grünen Wiese, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2/1997, S. 106 - 113



Der Aufholprozeß im Aufbau der Verkehrsinfrastruktur in den Städten ist auch 10 Jahre nach der Deutschen Einheit noch nicht abgeschlossen. Immer noch fehlen ausreichende Parkstände. Gründe dafür liegen auch in den geringen ökonomischen Potentialen der Städte.

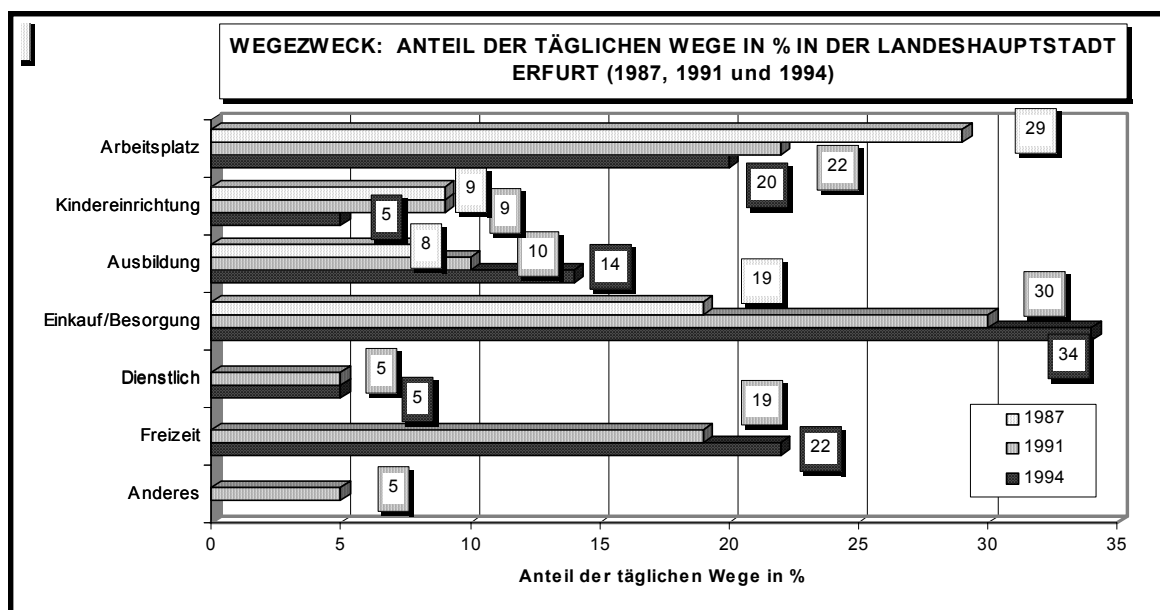
Die Finanzierung der fehlenden Stellplätze über die Stellplatzsatzungen, führt allerdings dazu, daß der Handel als stadtprägende Funktion geringeres Investitionsinteresse zeigt. Eine Lösung aus diesem Problem ist, die Stellplatzsatzungen handelsfreundlich zu modifizieren und die Parkstellplätze im Rahmen von Privatinvestitionen als Public Privat Partnership zu realisieren. Demgegenüber steigt die PKW-Motorisierung in den Neuen Ländern weiter an und hat bereits den Status wie in den Alten Ländern erreicht. Eine Analyse der Verkehrsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt für den privaten Personenverkehr <sup>5.25</sup> brachte 1995 folgende Ergebnisse, die in ihrer tendenziellen Entwicklung 1999 im Trend bestätigt wurden:

- Verdopplung des Motorisierungsgrades seit 1989 (Shell-Prognose von 1991 wies für 2005 eine Motorisierung aus, die bereits 1995 erreicht wurde) Die Motorisierungsentwicklung stellte sich folgendermaßen dar:

1972: 80 PKW/1000 Einwohner  
1982: 160 PKW/1000 Einwohner  
1989: 225 PKW/1000 Einwohner  
1991: 350 PKW/1000 Einwohner  
1993: 420 PKW/1000 Einwohner  
1994: 449 PKW/1000 Einwohner  
1999: ca. 420 PKW/1000 Einwohner

(wegen Abwanderung von einkommensstarken Bevölkerungsgruppen in die Umlandregion)

- Jeder 2. Einwohner der Stadt Erfurt verfügte über einen PKW
- Weitere Motorisierung wird vornehmlich durch Frauen und Jugendliche bestimmt. Der Anteil der motorisierten Rentnergruppen nimmt zu.
- An einem normalen Wochentag waren etwa 9 von 10 Erfurtern unterwegs (mobil). Dabei legten sie durchschnittlich 3 Wege am Tag zurück.
- Jeder dritte Weg ist mit Einkaufs- und Besorgungsaktivitäten verbunden, jeweils jeder 5. hat Freizeitziele bzw. den Arbeitsplatz zum Zweck. Dieser Trend hat sich auch 1999 bestätigt.



- Die mobilste Altersgruppe ist die der 25 bis 35jährigen. Frauen dieser Altersgruppe erreichen mit mehr als 4 Wegen pro Tag den absoluten Spitzenwert.
  - Etwa 60 % der täglich zurückgelegten Wege im Jahr 1994 (1991: 65 %) liegen in Erfurt im Nahbereich bis 3 km. In diesem fuß- und radwegfreundlichen Bereich werden etwa ein Drittel aller PKW-Fahrten durchgeführt. Das sind 9 % weniger als noch 1991. Ursachen dafür liegen vor allem in Stellplatzdefiziten, gestiegenen Verkehrsbelastungen mit Reisezeitnachteilen für den MIV und dem größeren Anteil längerer Wege.
  - Der ÖPNV-Anteil in diesem Bereich erwies sich trotz Fahrpreiserhöhungen über einen längeren Zeitraum als stabil.
  - Im Vergleich zu vorangegangenen Untersuchungen beschreiben die verkehrlichen Auswirkungen die veränderten gesellschaftlichen Verhältnisse und die individuellen Wertevorstellungen. Dem drastischen Rückgang der mit Arbeitsplatz und Kindereinrichtungen verbundenen Wege steht ein deutlicher Anstieg von Einkaufswegen gegenüber. Fast jeder zweite Arbeitsweg wird mit dem PKW durchgeführt, jeder dritte mit öffentlichen Verkehrsmitteln, was einem Modal split von 40:60 entspricht.
  - Vergleichsweise geringere stadträumliche Ausdehnung bzw. geringerer Zersiedelungsgrad der ostdeutschen Städte gegenüber den westdeutschen führt durchgängig zu höheren Fußweg- und geringeren MIV-Anteilen. Damit ist Erfurt noch immer die "Stadt der kurzen Wege".
- Auf Grund der flächendeckend vorhandenen ÖPNV-Infrastruktur repräsentiert Erfurt einen Spitzenwert innerhalb der ostdeutschen Kommunen mit einem Verhältnis von ÖPNV zu MIV von 37:63. Im Vergleich dazu lagen folgende Städte Deutschlands in der Verkehrsmittelbenutzung in % mit folgenden Werten im Jahr 1994:

STADT	MIV	ÖPNV	FUSS	RAD
Erfurt	35	21	38	6
Gera	41	22	35	3
Jena	39	19	37	5
Leipzig	36	20	37	6
Dresden	40	24	28	8
Halle	36	23	31	10
Stuttgart	43	23	29	5
Hannover	39	22	23	16
Saarbrücken	53	17	28	2
Wiesbaden	51	17	28	4
Kassel	48	17	29	6

Die Verkehrsmittelwahl hat sich 1999 im Grundsatz bestätigt. Der MIV ist allerdings zu Lasten der Fußwege gestiegen (Erfurt 1999: MIV: 40 %; ÖPNV: 21 %; Fuß: 33 %; Rad: 6 %).

Aus diesen Analyseergebnissen läßt sich schlußfolgern, dass

- Die Verkehrsmittelwahl stark durch Größe, Stadt- und Bevölkerungsstruktur und durch die angebotene Verkehrsinfrastruktur beeinflusst wird
- Eine kompakte Stadtstruktur ohne Verlagerung der Gewerbe- und Handelsstandorte an die Peripherie geringeren Verkehr induziert als umgekehrt
- Das häufigste Motiv mit ca. einem Drittel der Wege heute Einkauf und Besorgung sind
- Der heute noch vorhandene hohe fußläufige Anteil dieser Wege durch weiterhin wachsende periphere Großmärkte im Stadtumland zu Ungunsten einer wohnungsnahen Versorgung einen erheblich höheren MIV-Anteil erzeugen wird.

<sup>5.25</sup> Landeshauptstadt Erfurt, Stadtverwaltung: Verkehrsgeschehen in Zahlen und Fakten 1995, März 1995

### 5.3.4 Städtischer Wirtschaftsverkehr

Unter städtischem Wirtschaftsverkehr sind alle Güter- und Personenbewegungen zu verstehen, die im Vollzug erwerbswirtschaftlicher und dienstlicher Tätigkeiten durchgeführt werden und im Funktions- und Planungsfeld der Stadt ablaufen.

Anhaltende Verkehrsprobleme, resultierend aus den sich immer stärker entwickelnden Mobilitätswängen der Arbeits- und Wohnwelt aber auch aus dem Mobilitätsdrang in der Freizeitnutzung, bedrohen die Funktionstüchtigkeit vieler Städte und Ballungszentren. Grundsatzproblem hierbei ist, dass die Menschen versorgt werden wollen, ohne dass sie die dafür notwendige Organisation belastet. Vielfach wird wegen mangelnder Ausschöpfung von Synergieeffekten und Rationalisierungspotentialen ein übermäßiger Ressourcenverbrauch an Zeit, Fläche, Energie und Luft erzeugt. Es fehlt ein logistisch orientiertes, systemkonformes Handeln der verschiedenen Akteure. Insbesondere in den Alten Ländern erschweren Restriktionen der Kommunen, wie Straßenrückbaumaßnahmen, Verbote von Fahrzeugen mit mehr als 7,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht, Ausweitung der Fußgängerzonen, Lieferzeitbeschränkungen, erheblich die Versorgung des Handels in den City-Lagen. Im Bereich der Unternehmenslogistik sind wechselnde Kunden-Lieferantenverhältnisse und fast vollständige Rundumbelieferung wegen nur geringfügiger Lagerflächen die Zielforderungen. Diese hochgradig gegeneinander laufenden Prozeßketten müssen im Bereich der **City-Logistik** entflochten und harmonisiert werden <sup>5.22</sup>.

Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass Patentrezepte nicht existieren. Individuell für jeden Standort, Größenordnung und Organisationsform sind die Logistikplanungen mit allen Akteuren zu optimieren. Verschiedene Konzepte werden derzeit erprobt. Innovative Lösungsansätze ergeben sich aus Untersuchungen der CSC-Ploenzke AG (Kiederich/Wiesbaden), die in **Abbildung 5.3** erfaßt wurden. Insofern sind die Grundansätze bekannt, die darauf aufbauenden Lösungsvorschläge können aber zukünftig für Entlastung sorgen <sup>5.22</sup>. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Güter-, Wirtschafts- und Dienstleistungsverkehr in den deutschen Großstädten derzeit einen Anteil von durchschnittlich 8 - 12 % aufweist <sup>5.25</sup>. Davon ist lediglich ein Anteil von 31 % des gesamten Lieferverkehrs bündelbar <sup>5.26</sup>. Nach Untersuchungen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) werden weit über 50 % des Güterverkehrs im Nahverkehr bis 50 km abgewickelt, wobei der größte Teil des Güterverkehrs mit dem LKW realisiert wird. In den einzelnen Städten werden durch die Logistikunternehmen als auch die Händler selbst im ureigensten wirtschaftlichen Interesse Verkehrsbündelungen vorgenommen, wie einzelne Untersuchungen immer wieder beweisen <sup>5.27</sup>.

<sup>5.22</sup> Berner, Con: Wirtschaftsverkehre sind aus Städten nicht wegzudenken, in: Handelsblatt vom 15.10.1998

<sup>5.25</sup> Landeshauptstadt Erfurt, Stadtverwaltung: Verkehrsgeschehen in Zahlen und Fakten 1995, März 1995

<sup>5.26</sup> Handelsblatt vom 26.07.1996: Kritik an Innenstadtplanung der Kommunen: Behinderung des Lieferverkehrs gefährdet Handel in der City

<sup>5.27</sup> Handelskammer Hamburg, Landesverband für das Verkehrsgewerbe Hamburg, IG Hamburg-City: Strukturanalyse zum Liefer- und Entsorgungsverkehr der Hamburger City: Ergebnis einer Firmenumfrage, August 1993

**Abbildung 5.3**

Innovative Lösungsansätze zur Optimierung von Wirtschaftsverkehren

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.22</sup>

SZENARIO	ZIELRICHTUNG	MASSNAHMEN
<b>STATUS QUO</b>	Akzeptanz des Miteinanders der Verkehrsträger	Einbeziehen der Schnittstellen zwischen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Güterfern- u. Nahverkehr</li> <li>• Güterverkehrszentren</li> <li>• branchenbezogenen Warenverteilzentren, Regionallagern</li> <li>• Transportgewerbegebieten</li> </ul>
<b>RESTRIKTIVE KOOPE- RATION</b>	Zurückdrängung des umweltbelastenden Autoverkehrs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeit- und zustandsabhängige Systemregelung von Güterverkehr und gesamtem Autoverkehr</li> <li>• Zuflußsteuerung der Fahrzeuge zu den sensiblen Ver- und Entsorgungszonen</li> </ul>
<b>ÖKOLOGIE- UND RAUM- ORDNUNGS- ORIENTIERT</b>	<b>Umweltgerechte Distribution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verdrängung bzw. Verbot des Autoverkehrs in den sensiblen Zonen zur Verminderung von Lärm, Luftverschmutzung und anderen Gefahren</b></li> <li>• <b>bei Sicherung der Erreichbarkeit der städtischen Kerngebiete für Personen und Güter</b></li> </ul>

GATEWAY-KONZEPT	LOGISTIK-VERBUND
Konzentrations- u. Bündelungsstrategie mit abgestufter "Trichterfunktion" zur Entlastung des Stadtverkehrs	Logistischer Zweckverband für den gesamten städtischen Verkehr mit der Grundvoraussetzung der uneingeschränkten Erreichbarkeit auf freiwilliger Basis
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentration von Fern- u. Nahverkehren auf wenige Eingangstore (GATEWAYS) der Stadt</li> <li>• Gateways in Form von Güterverkehrszentren (GVZ) als multimodale Schnittstellen mit großen raumordnerischen u. wirtschaftsstrukturfördernden Wirkungen</li> <li>• Unterverteilung in GVZ-Satelliten (Citynahe Transiterminals) u. Absicherung von Just-in-time-Belieferungen u. weitestgehender Verzicht auf Pufferlager in Verkaufsstellen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steuerbarkeit des Wirtschaftsverkehrs ist der zentrale Ansatzpunkt für künftige Konzepte über Einsatzsteuerung und Zuflußsteuerung im Wirtschaftsverkehr</li> <li>• Einsatzsteuerung von Fahrzeugflotten einzelner Dienstleister oder des Werksverkehrs mit den Methoden der Transportoptimierung und Tourenplanung für Sammel- und Verteilfahrten</li> <li>• Zuflußsteuerung als räumliche und zeitliche Verkehrsverlagerung mit Hilfe eines Informationssystems für den entsprechenden Wirtschaftsraum</li> </ul>

<sup>5.22</sup>

Bernert, Con: Wirtschaftsverkehre sind aus Städten nicht wegzudenken, in: Handelsblatt vom 15.10.1998

Neben der Prozeßoptimierung gibt es Vorstellungen zur Verbesserung der Transportmittel. Dabei sind die Vorschläge, auch auf vorhandene Gleisinfrastrukturen zurückzugreifen, nicht neu. Bereits in den 80iger Jahren versuchte man in der ehemaligen DDR die Straßenbahn für den Wirtschaftsverkehr in den Städten einzusetzen, damals aber aus dem Hintergrund heraus, Treibstoffe für den LKW-Verkehr zu ersetzen (**Abb. 5.4**).

#### Abbildung 5.4

Einsatz stadtverträglicher Fahrzeuge für den Wirtschaftsverkehr

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.28</sup>

<b>EINSATZ STADTVERTRÄGLICHER FAHRZEUGE</b>	
<b>MASSNAHMEN</b>	<b>VOR- UND NACHTEILE</b>
<b>KOMBI-VERTEILER</b>	Groß-LKW als Zugfahrzeug mit Klein-LKW als mitrollender Tandem-Achsanhänger <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ladekapazität: 43 handelsübliche Rollbehälter (28 auf Groß-LKW, 15 auf Kleinlaster)</li> <li>• Auslieferung: Parken des Groß-LKW am Stadtrand bzw. im Stadtteil; von dort Auslieferung in City</li> </ul>
<b>EINSATZ VON MODULAREN WECHSEL-BEHÄLTER-SYSTEMEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz eines Wechselbrückenfahrzeuges, bestehend aus 2 identischen Wechselcontainern</li> <li>• Zielkundenorientierte Bestückung mit unterschiedlichen Waren und Gütern</li> <li>• Komplette Anlieferung und Austausch mit leerem Transportbehälter</li> </ul>
<b>UMWELTVER-TRÄGLICHE ANTRIEBS-KONZEPTE</b>	Einsatz von Fahrzeugen mit <ul style="list-style-type: none"> <li>• verbesserter Dieselantriebstechnik</li> <li>• Elektro-,</li> <li>• Hybrid- oder Biodiesel-Antrieben</li> </ul>
<b>TRANSPORT-OPTIMIERUNG DER LIEFER-KOMPONENTEN</b>	Anpassung der Lieferfahrzeuge an die innerstädtischen Verkehrsstrukturen durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezialaufbauten zur besseren Be- und Entladung</li> <li>• Verbesserte Laderaumgestaltung</li> <li>• Verbesserte Aerodynamik</li> <li>• Kürzere Achsabstände</li> <li>• Einsatz fahrzeuginterner Kommunikationstechniken</li> </ul>
<b>NACHNUTZUNG VORHANDENER GLEISINFRA-STRUKTUREN IN DEN STÄDTEN</b>	Verwendung der Niederflur-Straßenbahnen für den Transport von Rollcontainern zur Belieferung von Unternehmen an jeder beliebigen Stelle des Straßenbahnnetzes in den Nachtstunden

<sup>5.28</sup>

Pangels, Rolf: City-Logistik und Nutzfahrzeuge - Einsatz stadtverträglicher Fahrzeuge, in: BAG Handelsmagazin Heft 7 - 8/1998, S. 34 - 36

#### 5.3.4.1 Wirtschaftsverkehrs Bündelung in Thüringen - erste Versuche

Das Aufzeigen von Problemen des Wirtschaftsverkehrs in den Neuen Ländern und die Formulierung von allgemeingültigen Lösungsansätzen war Inhalt einer Forschungsarbeit an Mittelstädten der Neuen Länder, gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Technologie 1992. Untersucht wurden hier die Städte Meißen, Weimar und Görlitz, die auf Grund ihres hohen Wertes zu Modellstädten für die flächenhafte Sanierung im Rahmen des Gemeinschaftswerkes "Aufschwung Ost" erklärt wurden (Vgl. **Gliederungspunkt 2.2.1.1.3**)<sup>5.29</sup>.

Für Weimar sollten im Rahmen eines Basisszenarios die Verkehrsbelastungen für das gegenwärtige Straßennetz, Entwicklungsszenarien in der City-Logistik und geplante Ansiedlungsvorhaben für Industrie und Gewerbe mit deren verkehrlicher Auswirkung aufgezeigt werden. Der Einzelhandelslieferverkehr wurde quantitativ erfaßt und an Hand eines peripheren Einzelhandelsstandortes (Weimar-Nord: Classic-Center) Auswirkungen auf die Verkehrsstruktur dargestellt. Signifikant war der in dieser Untersuchung erfolgte Hinweis, dass ohne den Neubau einer Ortsumgehungsstraße (die inzwischen realisiert wurde) langfristig dieser periphere Handelsstandort über eine logistische Anbindung an das GVZ Erfurt ohne Überlastung der B 7 nicht hätte funktionieren können.

Wegen der sich stetig veränderten Wirtschafts- und Handelsstruktur und der daraus resultierenden Grunddaten, bzw. des Entzuges der weiteren Finanzierung durch das Bundesministerium, konnte diese Untersuchung nicht fortgeschrieben werden.

Durch den Verfasser wurde im Juli 1994 eine Arbeitsgruppe **GVZ-Regional-Logistik** unter dem Dach der Industrie- und Handelskammer Erfurt mit dem Ziel gegründet,

- den Güterverkehr im Stadtgebiet Erfurt durch gemeinsame Belieferung der Frachtenoptimierung bestimmter Destinationen (hier Großmärkte) zu bündeln
- unter Einbeziehung von 6 Spediteuren und der Deutsche Bahn AG, der GVZ Entwicklungsgesellschaft mbH, dem Landesverband Thüringen des Verkehrsgewerbes e. V.
- mit der wissenschaftlichen Begleitung durch die Fachhochschule Erfurt und der Ingenieurschule für Transportbetriebstechnik Gotha.

Ein Regionallogistikkonzept zur Optimierung der Auslieferung für einzelne Kundengruppen wurde im Mai 1995 durch die Fachhochschule Erfurt vorgelegt. Unter Einbeziehung des Belieferungsraumes Gotha, Erfurt-Nord, Erfurt-Süd, Weimar und Jena konnten Verkehrseinsparpotentiale von bis zu 25 % nachgewiesen werden<sup>5.30</sup>.

Bedingt durch zu hohe Investitionsvorkosten durch die beteiligten Unternehmen konnte dieses Konzept bisher jedoch nicht verwirklicht werden.

<sup>5.29</sup> ISUP Institut für Straßentransport und Personenverkehr GmbH Dresden: Logistische Lösungen für den Güterverkehr in Ballungsräumen, Band VI Modellösungen, Dresden, Januar 1993

<sup>5.30</sup> Fachhochschule Erfurt, Fachbereich Verkehrs- und Transportwesen: Belegarbeit zur Erarbeitung eines Regionallogistikkonzeptes zur Optimierung der Auslieferung für einzelne Kundengruppen im Kooperationsmodus, Erfurt, Mai 1995

### 5.3.5 Kundenverkehr

Die Standortsicherung im Einzelhandel ist grundsätzlich von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und insbesondere von der Kundenfrequenz und dem Einkaufsverhalten abhängig. Als größter Investor in den Innenstädten entscheidet der Handel über die Zukunft der Innenstädte. Die im Auftrag der BAG (Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e. V.) durchgeführte Untersuchung zum Kundenverkehr 1996 <sup>5.31</sup> hat gegenüber der 1992 durchgeführten Untersuchung deutliche Rückgänge in der Akzeptanz der Innenstädte aufgezeigt. Anhand von 800.000 Kundenbefragungen (bei rund 20 Mio. Besuchern) in rund 700 Einzelhandelsbetrieben am Samstag dem 5.10.1996 ("Langer Samstag"), dem 10. (Donnerstag), und 11. (Freitag) 10.1996, davon: 48 % Kauf- und Warenhäuser  
32 % Diverse Fachgeschäfte  
20 % Textil-Vollsortimenter und

Klein-

preisgeschäfte, wurden folgende Ergebnisse offensichtlich, zusammengefaßt in **Abbildung 5.5**. Im durchgeführten Vergleich zwischen Alten und Neuen Ländern ist ein abweichender Besucheranteil als auch die Besucherzahlentwicklung erkennbar. In den Neuen Ländern kommen deutlich mehr Besucher aus dem Umland in die Städte, bis maximal 41,6 % gegenüber 16,6 % bei einer verglichenen Stadtgröße von 500.000 Einwohnern, bei Stadtgrößen von bis zu 50.000 Einwohnern liegt der Besucheranteil aus dem Umland in den Neuen Ländern bei bis zu 53 %.

Dabei fällt besonders auf, dass der **PKW als das Verkehrsmittel** dominiert.

Die bisherigen Versuche, die Innenstädte rigoros vom Verkehr zu befreien, hatte für den Handel verheerende Folgen, wie die Beispiele in Aachen, als auch das jüngste Beispiel in Bremen deutlich zeigen.

Auch in Thüringen wurde der Versuch unternommen, die Innenstadt der Landeshauptstadt Erfurt "zu verkehrsberuhigen". Eine dazu im Februar 1994 durch den Verfasser in seinem Geschäftsbereich Handel/Verkehr/Raumordnung der IHK Erfurt unternommene Befragung von 438 Gewerbetreibenden, die direkt von der Sperrung der Innenstadt betroffen waren (lt. Ratsbeschluß 090/93 des Erfurter Magistrats) ergab eine Ablehnung dieser städtischen Maßnahme, es sei denn, dass durch die Schaffung ausreichender Parkmöglichkeiten am Zentrum die Kunden ungehinderten direkten Zugang haben können <sup>5.32</sup>. Durch diese Befragung wurde die Stadtpolitik zuerst sensibilisiert und dann mobilisiert, ihre Verkehrsbaumaßnahmen zu beschleunigen. Inzwischen stehen mehrere Parkhäuser bzw. Tiefgaragen am inneren Stadtring zur Verfügung, werden auch angenommen und sorgen somit zur Erhöhung der Kundenfrequenz bei zusätzlichem Angebot an attraktiven Handels- und Freizeitangeboten.

Von den innerstädtischen Handelsunternehmen wird die verkehrliche Erreichbarkeit und das daraus resultierende Angebot an Parkständen als besonders wichtig für die wirkungsvolle unternehmerische Tätigkeit eingeschätzt. Das beweisen die Untersuchungen in Erfurt <sup>5.32</sup> und die von MEYER durchgeführten Untersuchungen in Jena <sup>5.33</sup>.

<sup>5.31</sup> Pangels, Rolf: BAG-Untersuchung Kundenverkehr 1996: Quo vadis Innenstadt, in: BAG Handelsmagazin, Heft 6/97, S. 20 - 22

<sup>5.32</sup> Schulze, Steffen: Verkehr in der Innenstadt, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 88 - 89

<sup>5.33</sup> Meyer, Günter: Entwicklungsprobleme und Perspektiven des Einzelhandels in Jena: Ergebnisse einer Einzelhandelsbefragung im Juni 1996, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 22. September 1996

### Abbildung 5.5

Ergebnisse der BAG-Kundenuntersuchung Kundenverkehr 1996

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.31</sup>

<b>GENERELLER BESUCHER- RÜCKGANG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich der BAG Kundenverkehrsuntersuchung von 1992 ist die Besucherfrequenz der Innenstädte bis zu 24 % rückläufig</li> <li>• Stärkste Besucherrückgänge in Klein- u. Mittelstädten</li> <li>• Stärkste Verluste durchschnittlich am Freitag</li> </ul>
<b>BESUCHERZU- WÄCHSE AUS DEM UMLAND</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunahme der Besucher aus dem Umland in den Städten mit bis zu 50.000, mit 100.000 bis 250.000 und in den Hauptzentren der Großstädte mit über 500.000 Einwohnern mit bis zu 2,5 %</li> <li>• Rückgang der Umlandbesucher in den Stadtteilen bzw. Nebenzentren der Großstädte</li> </ul>
<b>BESUCHER- STRUKTUR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkste Besuchergruppe sind die Personen der mittleren Altersstufen von 26 - 50 Jahren (Anteil ca. 50 %)</li> <li>• Zuwachs in der Altersklasse von 41 - 54 Jahren um ca. 1,5 %</li> <li>• Mehrzahl der Besucher sind weiblichen Geschlechts, deren Anteil erhöhte sich um ca. 1,4 %</li> <li>• Rückgang an jüngeren Besuchern zwischen 21 - 25 Jahren von 15,1 auf 11,8 %</li> </ul>
<b>UMSATZENT- WICKLUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringfügiger Zugang des Umsatzes je Besucher (wird relativiert durch die Inflationsrate)</li> <li>• Umsatzrückgänge gegenüber 1992 von 4,00 DM/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Textilhäusern</li> </ul>
<b>KÄUFER- ANTEILE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückgang der Käuferanteile je Besucher von 62,3 % im Jahre 1992 auf knapp 60 % im Jahr 1996</li> </ul>
<b>VERKEHRS- MITTEL- WAHL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW dominiert an allen Einkaufstagen</li> <li>• Leichte Zunahme der Fahrradanteile am Donnerstag und Freitag</li> <li>• Park + Ride hat für den Einkaufsverkehr nur geringe Bedeutung</li> <li>• Je größer die Stadt, desto höher der Nutzeranteil des Öffentlichen Personennahverkehrs</li> </ul>
<b>EINKAUF- BETRÄGE UND VERKEHRS- MITTELWAHL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Käuferanteile der PKW-Kunden sind mit 61,2 % am höchsten, am geringsten bei Nutzern des Öffentlichen Personennahverkehrs mit 56,5 %</li> <li>• Demzufolge liegen die Einkäufe ab 501 DM bei PKW-Nutzern doppelt so hoch</li> <li>• Einkaufsbeträge bei Fahrradfahrern und Fußgängern zwischen 5,00 bis 25,00 DM</li> </ul>
<b>VERWEIL- DAUER</b>	<p>Deutlicher Rückgang der Verweildauer in Stadtteilzentren Deutlich längere Verweildauer in nichtintegrierten Einkaufszentren gegenüber integrierten Standorten</p>

<sup>5.31</sup>

Pangels, Rolf: BAG-Untersuchung Kundenverkehr 1996: Quo vadis Innenstadt, in: BAG Handelsmagazin, Heft 6/97, S. 20 - 22



### 5.3.6 Lösungsansätze für einen stadt- und handelsverträglichen Verkehr in den Neuen Ländern

Für die Sicherung und Entwicklung des Handelsstandortes Stadt ist die verkehrliche Erreichbarkeit eine der Grundvoraussetzungen. Vergleiche hierzu auch die Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung in **Anlage 5.8**. In **Abbildung 5.6** werden die Lösungsansätze für eine stadt- und handelsverträgliche Verkehrsstruktur in den Neuen Ländern vom Verfasser aufgezeigt.

#### Abbildung 5.6

Lösungsansätze für eine stadtverträgliche Verkehrsstruktur in den Neuen Ländern

Quelle: Eigener Entwurf

VERKEHRLICHE ERREICHBARKEIT
INFRASTRUKTURELLE AUSSTATTUNG
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angleichung der infrastrukturellen Ausstattung in den Neuen Ländern an das Niveau der Städte in den Alten Ländern, in bezug auf <ul style="list-style-type: none"> <li>• Straßennetz</li> <li>• Parkstände in Form von Parkhäusern, Tiefgaragen etc.</li> </ul> </li> <li>• Ausbau der zentrenbezogenen Verkehrsinfrastruktur, wie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentlicher Nahverkehr</li> <li>• Motorisierter Individualverkehr</li> <li>• Ruhender Verkehr</li> </ul> </li> </ul>
WIRTSCHAFTSVERKEHR
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftsverkehr in den Städten ist von essentieller Bedeutung für ihre Vitalität und Funktionalität</li> <li>• Wirtschaftsverkehr braucht marktwirtschaftliche Rahmenbedingungen mit ausgewogener Bevorzugung in der Bereitstellung und Nutzung der Infrastruktur sowie in der Verkehrsorganisation</li> <li>• Funktionierender Wirtschaftsverkehr führt zu geringeren ökologischen Belastungen als behinderter Verkehr</li> <li>• Langfristige Sicherung des Wirtschaftsverkehrs erfordert eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Verkehr, Verwaltung und Politik</li> <li>• <b>City-Logistikkonzepte</b> erhöhen die Ausnutzung der begrenzten städtischen Infrastruktur</li> <li>• Die Anwendung innovativer Lösungsansätze in Form von umweltgerechter Distribution mit einer Orientierung auf Ökologie und Raumordnung kann den Wirtschaftsverkehr kurz-, mittel- und langfristig optimieren.</li> </ul>
KUNDENVERKEHR
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung des Modal split in Richtung öffentlicher Verkehrsmittelwahl</li> <li>• Sicherung des motorisierten Individualverkehrs bis zum Rande des Zentrums mit einem ausreichend vertretbaren Angebot an Parkständen</li> <li>• Einsatz verkehrsorganisatorischer Maßnahmen, wie zonierte Parkraumbewirtschaftung, bzw. Telematik</li> </ul>

## **5.4 Handlungsfelder für Maßnahmen zur Revitalisierung der Städte in Thüringen durch den Einzelhandel**

Mit der einheitlichen Leitvorstellung der **nachhaltigen Raumentwicklung (Anlage 5.2)** durch Ausgleich ökologischer, ökonomischer und sozialer Raumansprüche und -funktionen, verankert im Raumordnungsgesetz vom 18.08.1997, ist ein Handlungsrahmen vorgegeben, in dem die ökonomischen, als auch die ökologischen und die sozialen Belange prinzipiell gleichrangig sind. In den fachlichen Grundsätzen des Raumordnungsgesetzes (Z. B. zur Wirtschaftsstruktur, Landwirtschaft, Wohnbedarf, Verkehr, Kultur) wird der besondere raumordnerische Beitrag hinsichtlich Flächensicherung, Standortsicherung und Standortvorsorge herausgearbeitet. Deren Rechtssicherheit in den Ländern des Bundes setzt eine Anpassung an das Landesrecht voraus. Gemäß Artikel 75 Abs. 3 des Grundgesetzes haben die Länder innerhalb von 4 Jahren nach dem Inkrafttreten des ROG diese Verpflichtung zu erfüllen. Der Freistaat Thüringen hat mit Stand Januar 2000 das ROG noch nicht in Landesrecht umgesetzt.

Die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels in Thüringen und in den anderen Neuen Ländern war Auslöser der Suburbanisierung. Sie wurde jeweils raumwirksam, d. h. dass Auswirkungen auf den Verkehr, die Umwelt und die Wirtschaft eintraten. Ergebnis dieser Entwicklung ist eine im Sinne der Nachhaltigkeit nicht gewollte Präferenz des sekundären Handelsnetzes. Zusätzlicher einzelhandelsrelevanter Flächenbedarf wird einen weiteren Siedlungsdruck erzeugen (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.3.4**).

Es stellt sich nunmehr die Frage, inwieweit und unter welchen Bedingungen die Standortentwicklung des Einzelhandels unter Beachtung der Nachhaltigkeit beeinflussbar ist.

### **5.4.1 Aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik**

Aus den Ergebnissen der unter **Punkt 2** vom Verfasser dargestellten Entwicklung in Thüringen wird deutlich, daß Regional- und Landesplanung bzw. auch die eigentliche Stadtplanung bisher auf den Ansturm der Ansiedlungsforderungen der Wirtschaft und insbesondere des Einzelhandels reagieren mußte, ohne konzeptionellen Vorlauf zu besitzen. Dieser ökonomische und politische Druck hat vielfach zu gegensätzlichen Entwicklungen geführt, die von HÜBLER <sup>5.7</sup> als "gigantische Land- und Stadtstrukturzerstörung" bezeichnet wurde. Diese bisherige passive Einflußnahme soll nunmehr durch aktive Formen einer Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik verstärkt werden.

---

<sup>5.7</sup> Hübler, Karl-Hermann: Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

#### 5.4.1.1 Situationsdarstellung in Thüringen

Es ist festzustellen, dass die Suburbanisierung durch den Einzelhandel in kürzester Zeit Formen angenommen hat, die die langfristige Sicherung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt bedrohen. Die Ursachen sind vielfältig und liegen wie so oft in kurzsichtigen politisch geprägten Entscheidungen (Vergleiche hierzu die **Punkte 2.2.1.2.1, 2.2.1.3.1, 2.2.1.3.2, 2.2.1.4.2, 2.3.4.3**).

Die im Landesentwicklungsprogramm des Landes Thüringen bzw. deren Richtlinie zur Verfahrensweise bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsunternehmen möglichen Handlungsspielräume für Genehmigungen dieser Handelsformen an nichtintegrierten peripheren Bereichen (Vergleiche hierzu **Punkt 2.2.1.2.2**) sind noch zu groß, um eine restriktivere Planungsgrundlinie zu verfolgen. Es fehlen verbindliche, tatsächliche Analysedaten zur Handelsstruktur in Thüringen selbst. Die vorliegende Untersuchung der Forschungsstelle für den Handel (FfH) vom September 1997 im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur (Vergleiche hierzu **Punkt 2.2.1.4.2**) ist in ihren Analysewerten unvollständig und spiegelt eine unrealistische Situation wider. Die Schlußfolgerungen daraus sind demzufolge nur fragmentarisch. Die Unvollständigkeit von Situationsdarstellungen hat in den Veröffentlichungen der Landesregierung schon Prinzip. Während im 1. Raumordnungsbericht Thüringens von 1994 Datenmaterial über den Gesamthandelsbesatz noch aufgeführt wurde <sup>5.34</sup>, wird im 2. Raumordnungsbericht nur noch der großflächige Einzelhandel <sup>5.11</sup> und hier speziell die genehmigte Verkaufsfläche von 1994 bis 1997 genannt, detailliert dargestellt für die Planungsregionen.

Es wird kein Bezug genommen auf die Standortstruktur und den Gesamthandelsbesatz. Während im 1. Raumordnungsbericht die weitere Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel als Grundsatzproblem gesehen wird, stellt der 2. Raumordnungsbericht lediglich Disparitäten fest, hervorgerufen durch ein Übergewicht am Stadtrand. Im Bericht wird vorgeschlagen, die Einzelhandelsentwicklung in den Städten mit Hilfe von Städtebauförderungsmaßnahmen für Stadtmarketing, Stadt- oder City-Management einzusetzen. Das dürfte nach Verfassermeinung viel zu wenig sein, um eine nachhaltige Raum- und Stadtentwicklung zu sichern und es ist wohl nicht der Ansatz dafür den Revitalisierungsprozeß grundlegend zu aktivieren.

Selbst wenn Thüringen bei der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel im Vergleich der Neuen Länder bisher die restriktivste Vorgehensweise praktiziert hat, sind in der jetzigen Konstellation die ablaufenden Prozesse im Rahmen einer aktiven Raumordnungspolitik zu planen und zu steuern.

---

<sup>5.11</sup> Zweiter Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, Hrsg.: Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, 1998, S. 36 - 37

<sup>5.34</sup> 1. Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, Hrsg.: Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, 1994, S. 110 und 111

#### 5.4.1.2 Aktive Raumordnungspolitik für den Einzelhandel

Eine aktive Raumordnungspolitik beinhaltet aktive und passive Komponenten einer verstärkten Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Dies soll im passiven Bereich durch Verschärfung bzw. auch Vereinheitlichung der landesplanerischen Beurteilung durch Ansatz EU-gleicher Bezugswerte, als auch durch eine aktive Angebotsplanung geschehen. Diese aktive Komponente beinhaltet eine Fachplanung Einzelhandel, mit den Einzelschritten Analyse, Planung und Konzeption und deren Einarbeitung in die landesplanerischen Dokumente Landesentwicklungsprogramm und Regionale Raumordnungspläne. **Abbildung 5.7** und **5.8** zeigt in 2 Stufen diese Inhalte und Verfahrensweise.

#### Abbildung 5.7

Inhalte einer aktiven Raumordnungspolitik für den Einzelhandel in Thüringen

1. Stufe: Erarbeitung einer Fachplanung Einzelhandel

Quelle: Eigener Entwurf

<b>FACHPLANUNG EINZELHANDEL</b> <b>(Unter Beachtung der Grundsätze im Landesentwicklungsprogramm, bzw. in den Regionalen Raumordnungsplänen)</b>	
	<b>GESAMTANALYSE</b> <b>ANALYSEZIELE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung der Handels- und Verkaufsflächenstruktur</li> <li>• Darstellung der Standorte, Flächen, Betriebsformen</li> </ul> <b>LEITUNG:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Landesplanung unter Beteiligung der Abteilungen Wirtschaftsförderung, Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen, Tourismus, Verkehr im Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur</li> <li>• Landesverwaltungsamt Thüringen</li> </ul> <b>MITWIRKENDE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunen, Landkreise und deren Interessenvertreter</li> <li>• Betroffene Unternehmen, vertreten durch deren Interessenvertretungen, wie IHK'n, Verbände</li> <li>• Vertreter der Immobilienbranche, wie Projektentwickler, Makler etc.</li> <li>• Verbraucher- und ggf. Umweltorganisationen</li> </ul> <b>ANGEBOTSPLANUNG</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorschläge zum angestrebten Versorgungsgrad</li> <li>• Vorschläge zum Bedarf an Verkaufsflächen</li> <li>• Vorschläge zur Branchen- und Sortimentsbindung</li> <li>• Vorschläge zur Standortentwicklung</li> <li>• Vorschläge zu Verkaufsflächenobergrenzen</li> <li>• Diskussion der Planungsdaten im Kreis der Beteiligten</li> </ul>

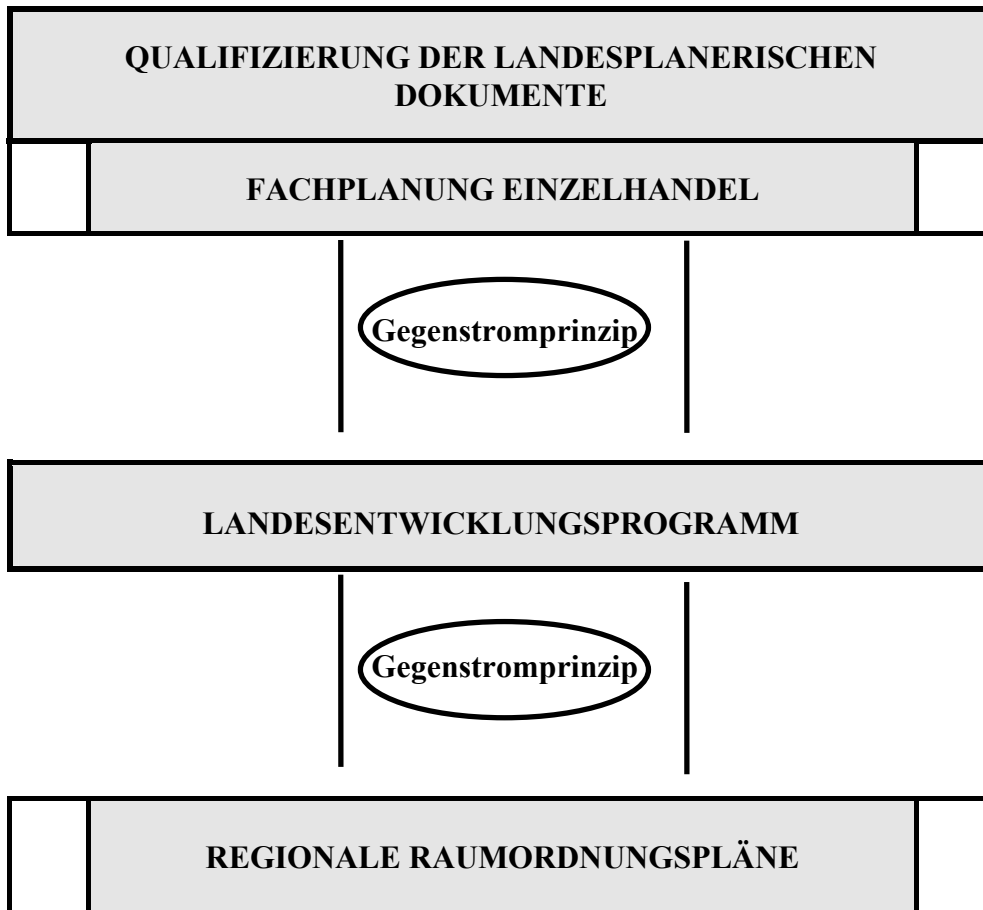
KONZEPTION
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beachtung der Leitfunktion des Einzelhandels für eine künftige Stadtentwicklung</li> <li>• Leitbilder zur Entwicklung des Einzelhandels auf den Ebenen: Land, Region, Stadt</li> <li>• Verteilung der Einzelhandelseinrichtungen auf die Raumkategorien: Innenstadt, Stadtrand, Nichtintegriert ("Grüne Wiese")</li> <li>• Handlungskonzepte zur Entwicklung des Einzelhandels: Zentren- und Märktekonzept</li> <li>• Verknüpfung von Stadtentwicklungskonzepten mit Handelskonzepten</li> </ul>

### Abbildung 5.8

Inhalte einer aktiven Raumordnungspolitik für den Einzelhandel in Thüringen

2. Stufe: Qualifizierung der landesplanerischen Dokumente

Quelle: Eigener Entwurf



#### **5.4.1.3 Langfristig orientierte aktive Stadtentwicklungspolitik in Kooperation mit einer wirtschaftlichen Immobilienentwicklung**

Stadtentwicklung ist als grundsätzlich langfristiger Prozeß zu sehen. Im Widerspruch dazu steht die kurzfristigere Immobilienentwicklung.

Eine **aktive Stadtentwicklungspolitik** ist deshalb gefragt, die

- auf Langfristigkeit im politischen und gesellschaftlichen Denken abzielt
- wirtschaftliche und stadtplanerische Belange in einem Netzwerk verknüpft
- eine weitere Individualisierung unterstützt
- die eine komplexe Entwicklung zuläßt und nicht Einzelentwicklungen bevorzugt (Z. B. Sanierungsgebiete)
- in der öffentlichen Verwaltung eine generalistische und kompetente Betrachtungsweise voraussetzt
- durch die öffentliche Hand verlässliche Rahmenbedingungen für Investitionen schafft
- Standorte anbietet, die am Markt auf Nachfrage stoßen
- Raum schafft für neue Entwicklungen in der Innenstadt, damit sie nicht an die Peripherie gedrängt werden.

Eine Immobilienentwicklung ist gefragt, die

- eine multifunktionale Nutzung zuläßt, zumal die Umschlagsgeschwindigkeit der Nutzungen zunimmt
- in der Planungsphase Flexibilität und Kenntnisse der Nutzeranforderungen voraussetzt.

Diese Ziele können nur in einem kontinuierlichen Dialog zwischen den Vertretern der Allgemeininteressen, also den Kommunen und den Vertretern der Wirtschaft erreicht werden. Erste Ansätze dazu praktizierte der Verfasser durch einen Arbeitsreis Raumordnung und Stadtentwicklung in der IHK Erfurt. Unter Beteiligung von Vertretern der Landesplanung, der Wirtschaft (Immobilienentwickler, Makler), der Gebietskörperschaften (Landkreise, Kommunen) und der Wissenschaft (Professoren der Bauhaus-Universität Weimar, der Pädagogischen Hochschule Erfurt/Mühlhausen, des Institutes für Forschung und Entwicklung Erfurt) wurden die Grundsätze der Landesplanung unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten beleuchtet. Begonnen wurde mit den vollzogenen Gewerbegebietsentwicklung in Thüringen. An Hand der Gewerbegebiete im Landkreis Gotha wurden Bewertungskriterien erarbeitet und im konkreten Fall angewandt. Ergebnis war eine Empfehlung für den Landkreis und deren Kommunen zur Wirtschaftlichkeit, Wertigkeit und Sinnfälligkeit ihrer Gewerbegebiete. In der zweiten Phase wurden allgemeine Grundsätze zur Handelsentwicklung aufgestellt und am konkreten Beispiel der Stadt Erfurt mit den politischen Entscheidungsträgern (Stadtfraktionen) diskutiert. Es wäre hilfreich gewesen, diesen Arbeitskreis fortzuführen, der aber durch das Ausscheiden des Verfassers aus der IHK nicht weiter fortgeführt wurde.

Eine ähnliche Plattform bietet das Deutsche Seminar Städtebau und Wirtschaft (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.2.2.2**) an, wobei der Verfasser der Auffassung ist, dass die Breiten- und Tiefenwirkung bzw. auch die Akzeptanz schwieriger geworden ist.

## **5.4.2 Kompakte Stadtentwicklung mit dem Einzelhandel als verbindendem Element**

### **5.4.2.1 Urbane Vielfalt statt disurbaner Einfalt - die Stadt der kooperierenden Zentren, die kompakte Stadt**

Die größte Stärke der traditionellen Stadtkerne sind ihre vielfältigen Nutzungen, wie Handel, Arbeiten, Wohnen, Freizeit und Tourismus. Diese Vielfältigkeit gilt es zu erhalten und auszubauen. Seit jeher setzt der Handel für die Innenstädte die prägenden Akzente. Dabei ist die Maßstäblichkeit der einzelnen Handelsflächen von besonderer Bedeutung. So sind innerstädtische Einkaufszentren durchaus als Erweiterung und Verstärkung der innerstädtischen Handelslandschaft zu sehen, solange sie bestimmte Größen nicht überschreiten und damit als Ersatz des öffentlichen Raumes mutieren.

Dezentrale Konzentrationen sind deshalb besonders zu fördern. Brachliegende innerstädtische Flächen von Post, Bahn, Militär u. a. sind im Interesse einer verdichteten Stadtgestaltung umzunutzen (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 3.3.3** und **Anlage 3.10**). Die Innenstadt bleibt damit multifunktional und wird zum "Identifikationsbereich", denn der öffentliche Raum ist der größte Wettbewerbsvorteil der alten Städte. Mit diesen stetigen Anforderungen bleibt die Konkurrenzfähigkeit der Innenstadt erhalten, vorausgesetzt, die Städte wachsen nur gebremst in die Fläche, die Ränder werden verfestigt und periphere Center-Standorte werden mittels rechtlicher Planungsinstrumentarien verhindert.

### **5.4.2.2 Ausgewogene Arbeitsteilung zwischen innerstädtischen und peripheren Standorten**

Die innerstädtische Handelslandschaft kann sich schon aus wirtschaftlichen Gründen nicht als Handelsplatz ausschließlich für den gehobenen Bedarf und für Luxusartikel profilieren. Die Innenstädte müssen auch weiterhin auf die Massenkaufkraft setzen und damit auch die notwendige Besucherfrequenz erzielen. Leitsortimente sind hierbei die Bedarfsgruppen Bekleidung, Schuhe, Schmuck.

Demgegenüber können Shopping-Center für die Nahversorgung in den Stadtteilzentren funktionieren. Sie entlasten damit die Innenstädte von Kundenfrequenz und Individualverkehr. Es ist bei der Ansiedlung grundsätzlich auf die Verkaufsflächengrößenordnung zu achten (**Ausgewogenheit**). Ein Zuviel an Flächen kann wiederum zu einer negativen Beeinflussung der Handelsstruktur führen.

Die Städte müssen einerseits lernen, mit ihren Handelsflächen eine Arbeitsteilung von Peripherie und Stadtzentrum zu erreichen, andererseits ihre Stadtkernentwicklungen zu verstärken. Dies kann nur im stetigen Miteinander mit Privatinvestoren geschehen. Ein Aufeinanderzugehen dieser Partner ist besonders in den Neuen Ländern nach anfänglicher Euphorie zwingend erforderlich, will man dem gemeinsamen Ziel, die ostdeutschen Städte zu revitalisieren, näher kommen.

### **5.4.3 Steuerung der Einzelhandelsentwicklung**

Die bisherige Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland ist letztendlich ein Paradoxon. Während durch immer mehr Vorschriften und Gesetze versucht wird, den großflächigen Einzelhandel stadt- und regionalverträglich zu integrieren, wächst diese Betriebsform mehr oder minder expansiv in der Landschaft. Erst nachdem diese Betriebsformen periphere stadtstrukturschädigende Standortdimensionen erreicht hatten, wurde das landesplanerische Instrumentarium sehr viel später darauf angepaßt (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.1.3.1**).

Auf Grund der jetzigen Situation, insbesondere in den Neuen Ländern ist es zwingend erforderlich, weitere periphere Entwicklungen zu stoppen, die Ränder zu verfestigen und die Standortentwicklungen durch die Landesplanung besser zu steuern.

**Das bedeutet einerseits eindeutig die Verschärfung der landesplanerischen Rechtsinstrumente, z. B. durch Herabsetzung der Schwellenwerte, andererseits eine neue Form einer aktiven Steuerung.**

**Eine aktive Steuerung durch Angebotsplanung auf der Grundlage einer Fachplanung Einzelhandel (Abbildung 5.7/5.8) ist nach Auffassung des Verfassers ein wichtiger Beitrag für eine nachhaltige Raum- und Stadtentwicklung.**

Darin sollen Konzepte erarbeitet werden, die die langfristige Sicherstellung einer kompakten Stadtstruktur ermöglichen. Diese Konzepte sollten z. B. im Rahmen eines Zentren- und Märktekonzeptes in das Landesentwicklungsprogramm einfließen (Gegenstromprinzip).

Die Vorteile von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten wurden in einem Artikel von GÜTTLER und ROSENKRANZ <sup>5.35</sup> zu aktuellen Herausforderungen für die Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik bei der Erhaltung und Sicherung funktionsfähiger Innenstädte besonders dargestellt. Die Vorteile dieser Einzelhandels- und Zentrenkonzepte werden wie folgt beschrieben:

- Hinreichende Basis für die raumordnerische Beurteilung großflächiger Einzelhandelsvorhaben
- Grundlage für mögliche Standortvorgaben der Regional- und Landesplanung, in die Gemeinden ihre Belange einbringen können
- Abschätzung zu Auswirkungen auf Umwelt, Verkehr und Infrastruktur
- Vorliegende Zentrenkonzepte können im Rahmen der Bauleitplanung als Prüfungsgrundlage für Bedenken und Anregungen von Nachbargemeinden gegen die Auswirkungen geplanter Einzelhandelsstandorte geprüft und begründet werden

Auf den Zentren- und Märktekonzepten aufbauend, sollten die Kommunen diese Konzepte im Rahmen ihrer Flächennutzungsplanung verbindlich berücksichtigen, um für die Wirtschaft einen Rahmen vorzugeben innerhalb dessen eine wirtschaftliche Entfaltung möglich wird.

<sup>5.35</sup>

Güttler, Helmut, Rosenkranz, Christa: Aktuellen Herausforderungen für die Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik bei der Erhaltung und Sicherung funktionsfähiger Innenstädte, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 2/3.1998 S. 81 - 88



#### 5.4.3.1 Passive Komponente: Steuerung durch Verschärfung der landesplanerischen Rechtsinstrumente

Bei der Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Thüringen erfolgte bereits 1991 durch die Staatliche Umweltinspektion (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.1.1.3**) eine Prüfung in Form eines Raumordnungsverfahrens.

Mit der Wirksamkeit der Richtlinie über die Verfahrensweise bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Landesplanungs- und Baurecht als gemeinsamer Richtlinie des Thüringer Ministeriums für Umwelt und Landesplanung, des Thüringer Innenministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur vom 01.07.1992 (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.1.2.2**) war für Handelsflächen größer einer Verkaufsfläche von 700 m<sup>2</sup> zu vermuten, dass Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung anzunehmen sind. Punkt 8.2 der Richtlinie fordert, dass eine landesplanerische Überprüfung in der Regel vorzunehmen ist, wenn ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben vorliegt und die überörtliche Raumbedeutsamkeit gegeben ist.

Im Rahmen dieser Raumordnungsverfahren wurden von 1990 bis 1993 ca. 1,77 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche <sup>5.34</sup> befürwortet und 1994 bis 1997 ca. 60 großflächige Einzelhandelsvorhaben nach raumordnerischer bzw. regionalplanerischer Befürwortung mit insgesamt ca. 430.000 m<sup>2</sup> Verkaufsraumfläche (VKRFl) genehmigt <sup>5.11</sup>.

Die Durchführung von Raumordnungsverfahren für den Einzelhandel ist die passive Seite der Steuerung und beinhaltet in den meisten Fällen die Abwehr bzw. auch Minimierung von Verkaufsflächenanteilen.

Während in Deutschland derzeit der Schwellenwert der Vermutungsregelung bei 1.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche bzw. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt, haben Frankreich und auch Österreich ihre Schwellenwerte drastisch reduziert <sup>5. 19</sup>. In **Frankreich** erfolgte seit 1995 eine tiefgreifende Veränderung des Planungssystems mit einer Novellierung des Steuerungssystems durch das "Loi Raffarin".

<sup>5.11</sup> Zweiter Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, Hrsg.: Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, 1998, S. 36 - 37

<sup>5.19</sup> Blatt, Lothar, Gisela v. Raczeck: Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese", Europäische Fakten und Erfahrungen, Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Bonn, 1998

<sup>5.34</sup> 1. Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, Hrsg.: Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur, 1994, S. 110 und 111

Demnach sind Einzelhandelsbetriebe im Rahmen des Verfahrens zur Genehmigung für die Errichtung, Erweiterung und Sortimentsänderung bereits ab einer zusammenhängenden Verkaufsfläche von **300 m<sup>2</sup>** (Sortimentsänderung im Lebensmittelsektor: Genehmigungsschwelle 2.000 m<sup>2</sup>) auf folgende Auswirkungen bzw. Kriterien zu prüfen:

- Örtlicher und überörtlicher Handel
- Verbraucherinteressen
- Geplante Maßnahmen zur Revitalisierung der benachbarten Innenstadt
- Arbeitsmarkt
- Umwelt (Verkehrsbezogene Emissionen, Naturhaushalt, Landschaftsbild, Bodenverbrauch, Flächenversiegelung)
- Verkehrsinfrastruktur

Aus den bisherigen Erfahrungen wird festgestellt, dass die angestrebten Ziele, wie

- die Verhinderung der Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandels-einrichtungen an nichtintegrierten Standorten
  - Stärkung der kleinen Einzelhandelsunternehmen in den Innenstädten
- erreicht worden ist.

Es wird angeregt, die Prüfungskriterien zwischen innerstädtischen Standorten und Peripherie unterschiedlich zu Gunsten der Innenstadt zu gestalten, bzw. den Schwellenwert in den Innenstädten auf 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche heraufzusetzen.

In **Österreich** sind spezielle Regelungen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in den Raumordnungsgesetzen oder Landesplanungsgesetzen der Bundesländer bzw. in der Wiener Bauordnung enthalten. Die Schwellenwertbetrachtungen sind allerdings von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich und reichen von 300 m<sup>2</sup> im Burgenland, über 800 m<sup>2</sup> in Salzburg bis hin zu 2.500 m<sup>2</sup> in Wien. Auch hier werden die Auswirkungen der Großflächigkeit auf ihre sozio-ökonomische bzw. infrastrukturelle und Umweltrelevanz untersucht.

Aus diesen mit Erfolg praktizierten Verfahrensweisen zur Präferenz der innerstädtischen Entwicklung schlägt der Verfasser vor, diesen

**Schwellenwert von 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auch in Deutschland,**

bzw. vorerst in den Neuen Ländern auf Grund der sich dort etablierten Handelsstruktur anzuwenden.

Im Rahmen dieser Prüfungsverfahren sollten deshalb folgende Kriterien geprüft und abgewogen werden, zusammengestellt in **Abbildung 5.9**.

**Abbildung 5.9**

Prüfkriterien bei einer Reduzierung des Schwellenwertes

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.19</sup>

<b>PRÜFKRITERIEN</b>	
<b>SOZIO-ÖKONOMISCHE ASPEKTE:</b>	
• Auswirkungen auf die städtische Entwicklung und Zentrenstruktur in der Region	
• Auswirkungen auf den örtlichen und überörtlichen Handel	
• Erhalt der verbrauchernahen Versorgung	
• Verbraucherinteressen	
• Arbeitsmarktauswirkungen	
• Auswirkungen auf geplante Maßnahmen zur Revitalisierung der benachbarten Innenstadt	
• Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung	
<b>UMWELTBEZOGENE UND INFRASTRUKTURELLE KRITERIEN:</b>	
• Bodenverbrauch	
• Flächenversiegelung	
• Beeinträchtigung des Naturhaushaltes und des Landschaftsbildes	
• Verkehrsbezogene Emissionen (Lärm, Abgase)	
• Straßenanbindung, Anbindung an ÖPNV	

Diese genannten Kriterien, z. T. bereits in der Vermutungsregelung des § 11 der BauNVO verankert, sind im Rahmen von Raumordnungsverfahren zu untersuchen und zu bewerten.

Der Verfasser schlägt vor, bereits in der Thüringer Richtlinie zur Verfahrensweise bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben diesen Schwellenwert zu verankern, um in der Handelsstruktursteuerung für Thüringen die Weichen in Richtung einer innerstädtischen Handelsaufwertung zu stellen.

<sup>5.19</sup>

Blatt, Lothar, Gisela v. Raczek: Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese", Europäische Fakten und Erfahrungen, Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Bonn, 1998

#### 5.4.3.2 Aktive Komponente: Konzeptionelle Steuerung durch interkommunale Zusammenarbeit

Gemeinden, insbesondere in Agglomerations- bzw. Verdichtungsräumen, stehen in einem zunehmenden Leistungsaustausch (Z. B. der Wirtschaftsraum Erfurt - Weimar). Gemeinsame Konzepte sind in diesem Zusammenhang ein überaus wichtiges regionalpolitisches Instrument zur Entwicklung gemeinsamer, übergreifender Zielsetzungen und zur Herausbildung und Förderung einer kooperativen Handlungsorientierung. Bezogen auf den Einzelhandel kann die interkommunale Kooperation folgende Inhalte beschreiben, dargestellt in **Abbildung 5.10**.

Diese Kooperationen spielen dann eine besonders große Rolle, wenn grenzübergreifende Entwicklungen, wie die unter **3.3.3.3** beschriebenen Factory Outlet Center den Einzelhandel in den betroffenen Regionen mehrerer Staaten, als auch Länder nachhaltig beeinflussen können (Z. B. Zweibrücken, dargestellt in **Anlage 3.12**, oder auch eine FOC-Planung in Weitrandsdorf bei Coburg<sup>5.36</sup>).

#### Abbildung 5.10

Interkommunale Kooperation bezogen auf den Einzelhandel

Quelle: Eigener Entwurf, in Anlehnung an<sup>5.19</sup>

INTERKOMMUNALE KOOPERATION BEI DER HANDESENTWICKLUNG	
•	Entwicklung gemeinsamer, einzelhandelsorientierter Planungskonzepte
•	Gemeinsame Verständigung über die in den vorhandenen bzw. geplanten großflächigen Einzelhandelseinrichtungen anzubietenden Sortimente (Unterscheidung zwischen innenstadt- und nichtinnenstadtrelevant)
•	Entwicklung und Beplanung gemeinsamer Standorte mit gemeinsamer Entscheidung über Größe, Erschließung und anzusiedelnde Betriebe

Aber auch in den Verdichtungsräumen der Neuen Länder als auch in Thüringen sind solche Kooperationen unbedingt notwendig, will man den Zielvorstellungen einer nachhaltigen Stadtentwicklung gemeinsam mit dem Einzelhandel näher kommen. **Diese interkommunale Kooperation bezogen auf den Einzelhandel ist damit ein aktiver Beitrag zur aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik.** Damit wird gleichzeitig im Gegenstromprinzip an tragfähigen Gesamtlösungen gearbeitet. Den Unternehmen werden damit entsprechende wirtschaftlich tragfähige Rahmenbedingungen ermöglicht, ohne in den Verruf zu geraten, nur von oben Lösungen durchsetzen zu wollen.

<sup>5.19</sup> Blatt, Lothar, Gisela v. Raczeck: Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese", Europäische Fakten und Erfahrungen, Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Bonn, 1998

<sup>5.36</sup> Thüringer Allgemeine vom 23.01.1998: Einkaufen auf amerikanisch bringt Händler in Zorn: Angst vor neuem Center an thüringischer Grenze

#### **5.4.4 Förderung des Einzelhandels**

##### **5.4.4.1 Integrierte Förderung der Innenstädte durch Umfeldförderung**

Die Bedeutung des Handels für die Funktionalität der Städte ist mehrfach dargestellt worden. Diese Erkenntnis ist inzwischen auch Gemeingut vieler Kommunen geworden. Nichtsdestotrotz sind aber die Bemühungen zur städtischen Revitalisierung durch Schaffung eines fördernden Umfeldes noch nicht voll ausgeschöpft. Viele Fördermaßnahmen sind noch zu objektspezifisch ausgearbeitet. Hier bedarf es einer Generalisierung bzw. eines sektorenübergreifenden und integrierten Ansatzes unter der Überschrift Förderung des innerstädtischen Umfeldes. Dazu sollten unbedingt folgende Sektoren zugeordnet werden:

- Subventionen für den innerstädtischen Einzelhandel
- Flankierende Maßnahmen zur Verbesserung der "weichen Standortfaktoren", wie Ordnung, Sicherheit und Sauberkeit
- Herstellung gleichwertiger Ausgangsbedingungen des Einzelhandels zwischen Kernstadt und Peripherie (Stellplatzablösebeträge, Anrechnung der externen Kosten, wie z. B. Verkehrserschließung, Umweltbeeinträchtigungen, wie Bodenverbrauch, Flächenversiegelung, Beeinträchtigung des Naturhaushaltes bzw. des Landschaftsbildes)

##### **5.4.4.2 Integrierte Förderung der Innenstädte durch Förderung des innerstädtischen Einzelhandels**

Haupthindernis jeder Existenzgründung ist die mangelnde Eigenkapitalausstattung. So wurden erst ab dem 01.01.1996 durch den Bund wiederum die 10 %ige Investitionszulage für den kleinen und mittelständischen Handel in den Innenstädten eingeführt. Durch das Land Thüringen wurden weitere Fördermöglichkeiten, wie z. B. zinsgünstige Darlehen im Rahmen des Thüringer Zuschußprogrammes, als auch des Thüringer Mittelstandsprogrammes angeboten.

Betrachtet man die bisherige Entwicklung in der Handelsunternehmensstruktur der ostdeutschen, als auch thüringer Innenstädte, so schreitet die Filialisierung weiter voran. Eine Uniformierung der Stadtzentren ist die Folge. Um eine Belebung durch den einheimischen Mittelstand zu erreichen, müssen die Fördermöglichkeiten bzw. die grundsätzliche Unterstützung des Handels neu überdacht werden.

Der innerstädtische Einzelhandel ist letztendlich ökonomischer Impulsgeber in der Region und erweist sich als ortsverbunden.

In einer Untersuchung <sup>5.37</sup> zum Verbleib des Investitionsvolumens der befragten Unternehmen des Innenstadt-Einzelhandels in Bremen, verbleiben

- 62 % in der Stadt Bremen
- 8 % im Umland
- 30 % in sonstigen Gebieten.

71 % aller Investitionen in der Bremer Innenstadt werden von selbständigen, nichtorganisierten Einzelunternehmen durchgeführt. Besonders investitionsfreudig sind Einzelhandelsunternehmen mit einem Umsatz von bis zu 5 Mill. DM, einer Beschäftigtenanzahl von bis zu 50 Mitarbeitern, von bis zu 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und den Sortimentsschwerpunkten Textil/Sport/Camping, Uhren/Schmuck und Bücher/Zeitschriften.

Trotz dieser hohen Investitionsbereitschaft wird von den Ländern und Kommunen eine gezielte Unternehmensförderung immer noch **nicht** gesehen. Die gewährten Fördermaßnahmen, wie Finanzierungshilfen (Investitionshilfen, Bürgschaften, Beteiligungen und Existenzförderungen und Beratungsleistungen) gelten grundsätzlich auch für alle anderen Unternehmen. Der Schwerpunkt aller Förderprogramme bzw. die Ausgestaltung der Förderarten liegt immer noch eindeutig im produktionsorientierten, innovativen Dienstleistungsbereich.

Wegen der hohen Bedeutung der Handelsunternehmen für die Stadtentwicklung sollten deshalb die Rahmenbedingungen stärker auf den Einzelhandel ausgerichtet werden.

Diese Rahmenbedingungen sollten folgende Inhalte beschreiben:

- gezielte Existenzgründungsförderung für innovative, experimentelle Konzepte zur Sicherung der Chancengleichheit gegenüber kapitalkräftigen Filialisten
- Aktivieren von Förderinstitutionen ähnlich den Technologieparks oder auch Handwerkerhöfen zur Existenzbegleitung z .B. für die Bereiche Rechnungswesen, Logistik, Geschäftsflächen im Standort Innenstadt, als sogenannte "Trendhäuser" <sup>5.37</sup>

---

<sup>5.37</sup> Brunken, Astrid, Scholl, Hermann: Förderprogramme für den Handel: Keine Aufmerksamkeit, in: BAG Handelsmagazin Heft 7 - 8/1997, S. 30 - 32

## 5.4.5 Kooperation zwischen Kommunen und innerstädtischem Einzelhandel

### 5.4.5.1 Stadtmarketing

Um die Attraktivität der Innenstädte für den Einzelhandel zu steigern und damit die Innenstädte zu revitalisieren, sind direkte Kooperationen zwischen Kommune und innerstädtischem Einzelhandel notwendig. Dieser Grundgedanke eines Marketings im öffentlichen Sektor ist seit den 70iger Jahren von Seiten der Wissenschaft propagiert worden und in den Alten Ländern als aktive Politik der Stadterneuerung erfolgreich umgesetzt worden. Diese Strategie gilt es auch für die Kommunen der Neuen Länder erfolgreich anzuwenden. **Abbildung 5.11** beschreibt die Aufgaben des City-Marketings.

#### Abbildung 5.11

Definition und Aufgaben des City-Marketing

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.38</sup>

<b>DEFINITION</b>	City-Marketing bedeutet, die Angebots- und Leistungspalette einer Innenstadt stärker auf die Bedürfnisse ( = Anforderungen) der aktuellen und potentiellen Innenstadt-Nutzer abzustimmen und so die Bedeutung dieser Innenstadt zu steigern.
<b>RÄUMLICHE ABGRENZUNG</b>	Der Begriff "City" ist nicht klar abgegrenzt: im anglo-amerikanischen Sprachgebrauch wird damit die Gesamtstadt bezeichnet, im deutschen die Innenstadt.
<b>MARKETING</b>	Marketing bedeutet Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten. Durch eine dauerhafte Befriedigung der Kundenbedürfnisse sollen die Unternehmensziele im gesamtwirtschaftlichen Güterversorgungsprozeß verwirklicht werden.

<sup>5.38</sup>

Landesgewerbeamt Baden-Württemberg (Herausgeber): Leitfaden City-Marketing Baden-Württemberg, Stuttgart, 1994

Wie schwierig sich dieser Prozeß gestaltet, zeigt sich z. B. in der Landeshauptstadt Erfurt. Dort wird seit 1994 darum gestritten, wie und unter welcher Führung dieser Prozeß gesteuert werden kann. Bisher existieren auf der Seite der Handelsunternehmen mehrere Interessenvereinigungen, die aber von städtischer Seite lediglich eine Zuordnung zum Amt für Wirtschaftsförderung erhalten haben. In Weimar wurde durch die Stadtverwaltung eine befristete ABM-Stelle für einen City-Manager geschaffen, während durch die Handelsunternehmen grundsätzliche Einigkeit noch nicht erzielt werden konnte. Solange die innerstädtischen Einzelhändler sich prinzipiell nicht einigen können, werden sie gegenüber dem Handel an peripheren, bzw. nichtintegrierten Standorten nicht obsiegen können.

Für eine weitere Belebung der Innenstädte kann die Liberalisierung der Ladenschlußzeiten sorgen, bzw. auch die Verlängerung der Ladenöffnungszeiten für den innerstädtischen Einzelhandel gegenüber den großflächigen nichtintegrierten Standorten. Zwischenzeitliche Vorstöße haben hier noch zu keinen Ergebnissen geführt, da damit der Gleichbehandlungsgrundsatz verletzt wird. Zumindestens ist man sich auf breiter Front darüber einig, zu einer grundsätzlichen Einigung zu gelangen<sup>5.39</sup>.

---

<sup>5.39</sup> Bialek, Catrin: Städte- und Gemeindebund gegen Ladenschlußgesetz: Längere Öffnungszeiten, damit die Bürgersteige nicht hochgeklappt werden, in: Handelsblatt vom 01.06.1999, S. 16



## 5.5 Zusammenfassung

### 5.5.1 STADT- UND UMLANDENTWICKLUNG

- Die bisherige Siedlungsentwicklung in Deutschland hat zu einer strukturellen Ausuferung der historisch gewachsenen Siedlungsstrukturen geführt.
- Trotz des Vorhandenseins ausgereifter Raumordnungs-, Bauplanungs- bzw. bauordnungsrechtlicher Gesetzlichkeiten sind diese immer wieder durch die Landes- und Kommunalpolitik unterlaufen worden.
- Die bisherige Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland ist letztendlich ein Paradoxon. Während durch immer mehr Vorschriften und Gesetze versucht wird, den großflächigen Einzelhandel stadt- und regionalverträglich zu integrieren, wächst diese Betriebsform mehr oder minder expansiv in der Landschaft. Die Raumordnung in Deutschland hat hier zumeist zu spät diese Trends versucht zu kanalisieren und in ein räumliches Gesamtsystem einzubauen.
- Insbesondere in den Neuen Ländern, deren frühere raumstrukturelle Entwicklung eher durch Kompaktheit, denn durch hohen Flächenverbrauch gekennzeichnet war, hat die einsetzende Suburbanisierung zu einem Übermaß an Landschaftsverbrauch geführt. Die Handels- und Gewerbegebietsentwicklung war hierfür Vorreiter, gefolgt von peripheren Wohngebieten.
- Die Stadtentwicklung in den Neuen Ländern hat nicht in, sondern um die Städte herum bzw. dazwischen stattgefunden.
- Die räumliche Planung ist einem wachsenden Druck ausgesetzt, der wegen der anhaltenden Individualisierung der Gesellschaft und einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Lebensstile weiter anwächst. Diese divergierenden Entwicklungen, einerseits ein Abdriften des Allgemeinwohls in wirtschaftliche und private Einzelinteressen andererseits eine Begrenztheit der natürlichen Ressourcen, bedarf einer geänderten Planungsgrundhaltung.
- Die Leitbilder wie Dezentrale Konzentration, Nutzungsmischung und Nachhaltigkeit liefern dabei eine wichtige Orientierung, auch unter dem Gesichtspunkt gesamteuropäischer Entwicklung. **Ohne Umsetzungsstrategien bleiben diese Leitbilder aber erfolglos.**
- Mit dem Leitbild einer **nachhaltigen Raumentwicklung**, die die sozialen und wirtschaftlichen Ansprüche an den Raum mit seinen ökologischen Funktionen in Einklang bringt und zu einer dauerhaften, großräumig ausgewogenen Ordnung führt, sollen neue Impulse für die Raumordnung in Deutschland gegeben werden.
- Der Verfasser hält sehr wenig davon, die in Thüringen in großer Anzahl verfaßten Regionalen Entwicklungskonzepte weiter fortzusetzen.

- Einerseits zeigt sich in der Praxis, dass regionale Entwicklungskonzepte den theoretischen Vorteil, nämlich Verteilungskonflikte wegen ihrer geringen Verbindlichkeit über die Zukunft auszugleichen, praktisch nicht einlösen können, andererseits wurden in Thüringen bisher nur wenige Regionen im Rahmen von regionalen Entwicklungskonzepten untersucht, die wirklich Träger der wirtschaftlichen Entwicklung sind, denn das sind die Städte und das Umland entlang der A 4.
- Für Thüringen schlägt der Verfasser vor, die Interessenidentität der Thüringer Städtekette entlang der A 4, also Eisenach, Gotha, Erfurt, Weimar, Jena, Gera in einer freiwilligen Kooperation als **Städtenetz A 4** zu bündeln und regionale Gemeinsamkeiten bei lokal verantworteten Planungen mit den Aufgabenfeldern Wirtschaftsförderung, Technologietransfer, Kulturaustausch, Imagewerbung und Marketing zu lösen.
- Die Bedeutung der Raumordnung als Zukunfts- und Ordnungsplanung muß in der Politik stärkere Beachtung finden. Es gilt, die Fachkompetenz der Raum- und Stadtplanung in die Politik hineinzutragen, um eine weitere Sensibilisierung für die zukünftige Raumentwicklung zu erreichen. Allerdings kann das räumliche Planungssystem ökonomische und gesellschaftspolitische Trends nicht umkehren, sondern nur kanalisieren und in ein räumliches Gesamtsystem einbauen.
- Der Gefahr der **Dezentralisierung der Zentralität** unserer Städte soll durch die Hinwendung zu einer **Stadt der kooperierenden Zentren**, der **”kompakten Stadt”** entgegengewirkt werden.
- Kompakte Stadtentwicklung heißt, die weitere Suburbanisierung durch die Wiedernutzung brachgefallener Flächen in den Städten zu stoppen und die Ränder zu verfestigen.
- Suburbanisierungstendenzen sind aber auch in den anderen europäischen Staaten zu verzeichnen.
- Ziel einer europäischen Stadtentwicklungspolitik ist es, eine **Nachhaltige Stadtentwicklung** in den Städten, und nicht dazwischen zu sichern.
- **Die wesentliche wirtschaftliche Basis für die Kernstadt ist und bleibt dabei der Einzelhandel.**
- **Als einer der größten Investoren in den Innenstädten entscheidet der Handel über die Zukunft der Städte, sowohl in Hinsicht ihrer Lebendigkeit als auch in der Sicherung des Arbeitsplatzstandortes.**
- Als Umsetzungsstrategie schlägt der Verfasser eine langfristig orientierte **aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik** vor, die zu einer **urbanen Vielfalt statt disurbaner Einfalt** führen soll.

5.5.2 STADTVERKEHR
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die "stadtverträgliche" Ausgestaltung des Mobilitätsgeschehens jeglicher Art ist eine der Grundvoraussetzungen für das Überleben der Siedlungsform Stadt.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In den Neuen Länder hat sich der Motorisierungsgrad seit 1989 verdoppelt. Die vorhandene Verkehrsinfrastruktur war auf diese Entwicklung nicht ausgelegt und befindet sich derzeit in permanenter Erweiterung begriffen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In den Neuen Ländern haben die reinen betriebswirtschaftlichen Bedingungen im Einklang mit dem Kundenverkaufsverhalten und der verkehrlichen Erreichbarkeit zu einer Polarisierung in der Handelsstruktur geführt.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Aufholprozeß im Aufbau der Verkehrsinfrastruktur in den Neuen Ländern ist weiter in Richtung der verkehrlichen Erreichbarkeit der Kernstädte zu beschleunigen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Verkehrsmittelwahl ist stark durch Größe, Stadt- und Bevölkerungsstruktur und durch die angebotene Verkehrsinfrastruktur beeinflusst.</li> <li>• Eine kompakte Stadtstruktur ohne Verlagerung der Gewerbe- und Handelsstandorte an die Peripherie induziert dabei geringeren Verkehr als umgekehrt.</li> <li>• Das häufigste Motiv mit ca. einem Drittel der Wege sind heute Einkauf und Besorgung. <b>Zunehmende Freizeit wird dominierend in Mobilität umgesetzt.</b></li> <li>• Der heute noch vorhandene hohe fußläufige Anteil dieser Wege wird durch weiterhin wachsende periphere Großmärkte im Stadtumland eine erheblich höheren MIV-Anteil erzeugen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zur Sicherung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt sind neue Lösungen für den Wirtschafts- und Kundenverkehr zu finden.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Lieferverkehrsanteil in den Städten beträgt allerdings nur ca. 8 - 12 % des gesamten innerstädtischen Verkehr, davon sind lediglich 31 % bündelbar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovative Lösungsansätze zur Optimierung des Wirtschaftsverkehrs können langfristig nur <b>ökologie- und raumordnungsorientiert</b> sein. Zielrichtung ist es, eine umweltgerechte Distribution mit Hilfe von <b>City-Logistikkonzepten</b> zu erreichen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für den Kundenverkehr sind dabei folgende Maßnahmen vorteilhaft:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung des Modal split in Richtung öffentlicher Verkehrsmittelwahl</li> <li>• Sicherung des motorisierten Individualverkehrs bis zum Rande des Zentrums mit einem ausreichend vertretbaren Angebot an Parkständen</li> <li>• Einsatz verkehrsorganisatorischer Maßnahmen, wie zonierter Parkraumbewirtschaftung, bzw. der Einsatz von Telematik</li> </ul> </li> </ul>

### 5.5.3 HANDLUNGSFELDER FÜR MASSNAHMEN ZUR REVITALISIERUNG DER STÄDTE IN THÜRINGEN

- Eine **langfristig orientierte aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik** in Kooperation mit wirtschaftlichen Entwicklungszielen kann der Lösungsweg für eine ausgewogene städtebaulich-räumliche Entwicklung durch den Einzelhandel sein.
- Eine neue Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik soll deshalb folgende Inhalte beschreiben:
  - Langfristigkeit im politischen und gesellschaftlichen Denken
  - Verknüpfung raumordnerischer und stadtplanerischer mit wirtschaftlichen Belangen in einem Netzwerk
  - Generalistische und kompetente Betrachtungsweisen in der öffentlichen Verwaltung
  - Schaffung verlässlicher Rahmenbedingungen für Investitionen durch die öffentliche Hand
  - Sicherung einer komplexen Entwicklung, ohne Einzelentwicklungen zu bevorzugen (Z. B. Sanierungsgebiete)
  - Nachfragegerechte Standortangebote
  - Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch **aktive und passive Komponenten**
- Eine **aktive Steuerung durch Angebotsplanung** auf der Grundlage einer Fachplanung Einzelhandel ist nach Auffassung des Verfassers ein wichtiger Beitrag für eine nachhaltige Raum- und Stadtentwicklung.
- Diese Leitbilder und Konzepte sollen die langfristige Sicherstellung einer kompakten Zentrenstruktur ermöglichen und in das Landesentwicklungsprogramm bzw. in die Regionalen Raumordnungspläne einfließen (Gegenstromprinzip).
- Gleichzeitig sollen sie den Rahmen für eine wirtschaftliche Entfaltung der Unternehmen des Einzelhandels als auch der Investoren sicherstellen.
- Die **passive Komponente** beinhaltet die wirksamere Steuerung der Standortentwicklung durch Verschärfung der landesplanerischen Rechtsinstrumente. So soll der bisherige Schwellenwert zur Beurteilung der Raumwirksamkeit von 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 300 m<sup>2</sup> herabgesetzt werden.
- Die konzeptionelle Steuerung im Einzelhandel ist durch eine **interkommunale Zusammenarbeit** zu verstärken.

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Stadtentwicklungskonzepte im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung sind mit den Handelskonzepten zu verknüpfen.</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Der innerstädtische Einzelhandel ist ökonomischer Impulsgeber und erweist sich als ortsverbunden. Um eine Belebung durch den einheimischen Mittelstand zu erreichen, müssen die Fördermöglichkeiten bzw. die grundsätzliche Unterstützung des Handels überprüft werden.</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Die <b>Förderung</b> für den innerstädtischen Einzelhandel ist deshalb zu generalisieren. Es bedarf eines sektorenübergreifenden und integrierten Ansatzes zur Förderung des innerstädtischen Umfeldes. Dazu gehören die Bereiche<ul style="list-style-type: none"><li>• Subventionen für den innerstädtischen Einzelhandel</li><li>• Flankierende Maßnahmen zur Verbesserung der "weichen Standortfaktoren", wie Ordnung, Sicherheit und Sauberkeit</li><li>• Herstellung gleichwertiger Ausgangsbedingungen des Einzelhandels zwischen Kernstadt und Peripherie, durch:<ul style="list-style-type: none"><li>• Ansatz der Stellplatzablösebeträge</li><li>• Anrechnung der externen Kosten, wie z. B. Verkehrserschließung, Umweltbeeinträchtigungen, wie Bodenverbrauch, Flächenversiegelung, Beeinträchtigung des Naturhaushaltes bzw. des Landschaftsbildes)</li></ul></li></ul></li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Als Sofortmaßnahme sind Kooperationen des innerstädtischen Einzelhandels mit den Kommunen ein erster Schritt zur Revitalisierung der Innenstädte.</li></ul>   |

## 6. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

### 6.1 Grundanliegen der Arbeit

Der Verfasser erhielt durch seine Ausbildung an der Hochschule für Architektur und Bauwesen in Weimar, Sektion Gebietsplanung und Städtebau, Grundlagenwissen, dass ihn in den Jahren seiner Tätigkeit als Stadtplaner in Erfurt im Bereich generelle Stadtplanung (1976 - 1990) dazu befähigte, trotz der Widersprüche zwischen ökonomischen Möglichkeiten, politischen Grundsatzvorstellungen und fachlichen Zielvorstellungen die Erfurter Stadtentwicklung so mitzugestalten, dass die historisch überlieferte kompakte Stadtstruktur in ihrem Bestand überwiegend gewahrt werden konnte. Den während dieser Zeit stark aufkommenden Anforderungen des Wohnungsbaues, resultierend aus den staatspolitischen Vorgaben (1970: Wohnungsbauprogramm mit der Zielstellung, die Wohnungsfrage als soziales Problem bis 1990 zu lösen) wurde durch die planerische Vorbereitung von insgesamt 4 stadtrondierenden und 2 innerstädtischen Wohnungsneubaustandorten Rechnung getragen, wovon der Verfasser bei einem randstädtischen und bei 2 zentralen Standorten in der Erschließungsplanung beteiligt war.

Diese Standortentwicklungen standen immer unter dem Erfordernis einer nachhaltigen Stadtökonomie, d. h. dass einerseits neben einer hohen Baudichte die gesellschaftlichen Einrichtungen, wie Handels- und Dienstleistungsflächen, Schulen, Kindereinrichtungen und andere in die Gebietszentren eingeordnet wurden, andererseits die technischen Ressourcen der Stadt (Ver- und Entsorgung bzw. die Verkehrsinfrastruktur: vorzugsweise ein Massenverkehrsmittel, in Erfurt die Straßenbahn) sinnvoll und effektiv weiterentwickelt wurden. Die Ende der 80iger Jahre in der DDR einsetzende politische Erkenntnis, die Stadtzentren zu revitalisieren, führte zu einer Neubewertung des Stadtzentrums und seiner Funktionsvielfalt. Die Stadtzentren wurden als Kristallisationskerne des gesamten geistig-kulturellen Lebens, als komprimierte Stadtkultur gesehen, wiederum eingebunden in ihrer Stellung im Siedlungssystem (Abgestufte Zentralität: Hauptstadt - Bezirksstadt - Stadtkreis - Kreisstadt - Kreisangehörige Stadt) und im System der gesellschaftlichen Zentren <sup>6.1</sup>. Priorität hatte dabei aber die Funktion Wohnen und nicht der Handel. Die Leitfunktion des Handels für die Innenstädte wurden nicht beachtet, die Gründe dafür wurden unter **Gliederungspunkt 1** bzw. **2** umfänglich dargestellt.

Der Verfasser sah im Erreichen von Funktionsvielfalt, Funktionsmischung und Dichte die Voraussetzung für eine städtebaulichen Entwicklung Erfurts und dessen Stadtzentrum. Die ökonomischen Möglichkeiten ließen eine umfassende Umsetzung dieser Ziele allerdings nicht zu. Lediglich ein innerstädtisches Quartier (Arche/Domplatz: Fläche 1 ha, 41 Gebäude mit 100 Wohnungen u. ca. 6000 m<sup>2</sup> Nutzfläche für Handel, Gastronomie, Kultur <sup>6.2</sup>) konnte im Zeitraum von über 10 Jahren saniert und mit neuen Nutzungen ausgefüllt werden.

<sup>6.1</sup> Bauakademie der DDR Institut für Städtebau und Architektur: Thesen zu Tendenzen der städtebaulichen Entwicklung von Stadtzentren bis zum Jahr 2000, Berlin 1998

<sup>6.2</sup> Architekturführer DDR: Bezirk Erfurt, 1978, S. 36

Diesen Grundzielen einer "Urbanität durch Dichte" fühlte sich der Verfasser auch in seiner Verantwortlichkeit von 1991 bis 1995 für die raumstrukturelle Entwicklung des Erfurter IHK-Kammerbezirkes in Thüringen als Geschäftsführer des Bereiches Handel, Verkehr, Dienstleistungen und Raumordnung verpflichtet. Durch die wenn auch begrenzten Möglichkeiten der Literaturstudien westdeutscher Fachliteratur in der ehemaligen DDR auf die baulichen Entwicklungstendenzen und Strömungen theoretisch zwar vorbereitet, hat der Verfasser mit Eintritt in die IHK Lehrgänge zu Grundsatzfragen von Rechtsstaatlichkeit und Marktwirtschaft besucht und insbesondere Fragen des Baurechts gesondert vertiefen können.

Aus dieser Grundbetrachtungsweise als einer Kombination von Auffassungen vor 1989 und deren rechtlichen Sicherstellung hat der Verfasser, fachlich zuständig für ein Territorium von ca. 2/3 des Landes Thüringen, zu Bebauungsvorhaben für Gewerbegebiete, zu Handelsstandorten und Wohnungsbaugebieten als Träger Öffentlicher Belange Stellungnahmen erarbeitet und sie gegenüber Investoren und Kommunen verteidigt.

**Grundposition war von Anfang an die Stärkung der Zentralität der Orte entsprechend ihrer Stellung im Siedlungssystem und die Aufwertung ihrer zentralen Bereiche.**

Insofern konnte er seine bisher gewonnenen Grundauffassungen zur städtebaulich-räumlichen Entwicklung kontinuierlich anwenden und durch die Spezialisierung im Baurecht weiter qualifizieren. Einen grundsätzlichen Unterschied zwischen den Prämissen der Stadtentwicklung in der ehemaligen DDR und der Bundesrepublik konnte der Verfasser nicht feststellen. Auch in der DDR sollten die Innenstädte komplex revitalisiert werden, wobei die Initiative von privaten Investitionen nur marginal war. Diesbezüglich waren die Planungsgrundlagen vor 1989 zwar konsequenter, weil sie sich einerseits an dem generell geringeren ökonomischen Realisierungspotential orientieren mußten, andererseits konnten damit aber nur in kleinsten Schritten Planungen verwirklicht werden.

Durch sein persönliches Engagement in der IHK Erfurt und die Unterstützung durch die Geschäftsleitung konnten so prägnante Fehlentwicklungen, wie der periphere Handelsstandort Egstedt nahe der Landeshauptstadt Erfurt mit ca. 72.000 m<sup>2</sup> Handelsfläche verhindert werden (Vergleiche hierzu **Anlage 2.2**). Auf seine Anregung hin konnte der Entscheidungsprozeß für die Verbindlichkeit einer Richtlinie zur Verfahrensweise bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben für Thüringen erheblich beschleunigt werden. Während seiner Tätigkeit in der IHK Erfurt hat der Verfasser durch Installation und Leitung eines Arbeitskreises Raumordnung unter Teilnahme von Vertretern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Kommunen versucht, Entscheidungsträger auf Landes- und Kommunalebene für eine geordnete städtebauliche Entwicklung zu sensibilisieren.

Mit dem beruflichen Wechsel in die Projektentwicklung eines der renommiertesten Bauunternehmen Deutschlands hat der Verfasser nunmehr eine Entwicklung vom Planer über den allgemeinen Interessenvertreter der Wirtschaft hin zum Investorenvertreter vollzogen.

Die gewonnenen Erfahrungen besonders in der räumlichen Entwicklung Thüringens als auch Erfurts konnte der Verfasser nahtlos umsetzen. In seiner Veröffentlichung "Thüringen im Umbruch - Beiträge zum Strukturwandel"<sup>6.3</sup> hat er über die Landesplanung und die Gebietsreform sowie über eine Analyse der Handelsstruktur Thüringens bereits berichtet. Seit 1996 hat der Verfasser ein ursprünglich als Shopping-Center konzipiertes innerstädtisches Areal in Erfurt für eine neue Betriebsform des Einzelhandels mit der Priorität der Freizeitnutzung umfunktioniert. Als Projektleiter in der Bauherrenverantwortlichkeit für dieses Projekt "Forum am Anger" hat er dieses Konzept mit Leben erfüllt, d. h. auch langfristige Mietverträge abgeschlossen, und inzwischen befindet sich dieses erste Urban Entertainment Center Thüringens in der Realisierung und wird im Frühjahr 2001 seiner Nutzung übergeben.

In seiner jetzigen Investorenrolle konnte sich der Verfasser von der vielfach vorhandenen Inkompetenz, Unwissenheit und wissentlichen Be- und Verhinderung in der Aufwertung stadtzentraler Bereiche durch kommunale Verantwortungsträger als auch Planer überzeugen.

Das war eine der Beweggründe, die bisherigen und zukünftigen Möglichkeiten der Einzelhandelsentwicklung als Element der Raum- und Stadtentwicklung fachlich darzustellen.

Ein zweiter Beweggrund waren die Anregungen von Mitgliedern des vorgenannten IHK-Arbeitskreises Raumordnung, genannt seien hier besonders Prof. Kind von der Bauhaus-Universität Weimar und Prof. Resch vom Institut für Forschung und Entwicklung, den historischen Transformationsprozeß aus der internen Gesamtsicht der Entwicklung in der thüringer Handelsstruktur heraus und deren direkten Beeinflussung durch den Verfasser im Kontext zur zeitnahen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung aufzubereiten.

Durch die wirtschaftliche Betrachtungsweise der Standortentwicklungen im vielfachen Dissens mit Vorstellungen der Kommunen geschärft, wollte deshalb der Verfasser nicht nur die im Zeitraffer abgelaufene Entwicklung in der Einzelhandelsstruktur Thüringens darstellen, sondern auch durch den Vorschlag und die Inhaltsbeschreibung einer aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik zu einer Wiedererlangung der Zentralität unserer Städte in Kongruenz mit der Handelsstruktur beitragen.

**Die vorliegende Arbeit ist deshalb ein Beitrag aus der Praxis mit der Darstellung konkreter Einzelentwicklungen, ihrer Verallgemeinerungen und der Wertung der Prozeßsteuerungsmaßnahmen, verbunden mit einem abschließenden Ausblick. Gleichzeitig wird eine Analyse der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Einzelhandels und des Verbraucherverhaltens geführt, deren Entwicklungstendenzen aufgezeigt, eine Spiegelung an den theoretischen Positionen zur Raumordnung und Stadtentwicklung geführt und darauf aufbauend die Handlungsfelder dargestellt, wie zukünftig mit den Mitteln einer aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik die Zentralität der thüringer Städte durch den Einzelhandel wiedererlangt werden kann.**

---

<sup>6.3</sup> Huck, Christian: Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999



## 6.2 Ergebnisdiskussion

### 6.2.1 Die Handelsstrukturentwicklung in Thüringen: Ein Verlust der Zentralität der Orte durch die standörtliche Suburbanisierung des Handels

Die Aufgaben der Raumordnung sind im Raumordnungsgesetz (ROG) definiert und wurden 1997 den aktuellen Entwicklungen angepaßt. Im Mittelpunkt der Raumordnung steht nunmehr die einheitliche Leitvorstellung einer **nachhaltigen Raumentwicklung**, die die sozialen und wirtschaftlichen Ansprüche an den Raum mit seinen ökologischen Funktionen in Einklang bringt und zu einer dauerhaften, großräumig ausgewogenen Ordnung führt (Vergleiche dazu **Anlage 5.2**). Dabei sind<sup>6.4</sup>

1. die freie Entfaltung der Persönlichkeit in der Gemeinschaft und in der Verantwortung gegenüber künftigen Generationen zu gewährleisten,
2. die natürlichen Lebensgrundlagen zu schützen und zu entwickeln,
3. die Standortvoraussetzungen für wirtschaftliche Entwicklungen zu schaffen,
4. Gestaltungsmöglichkeiten der Raumnutzung langfristig offen zu halten,
5. die prägende Vielfalt der Teilräume zu stärken,
6. gleichwertige Lebensverhältnisse in allen Teilräumen herzustellen,
7. die räumlichen und strukturellen Ungleichgewichte zwischen den bis zur Herstellung der Einheit Deutschlands getrennten Gebieten auszugleichen,
8. die räumlichen Voraussetzungen für den Zusammenhalt in der Europäischen Gemeinschaft und im größeren europäischen Raum zu schaffen.

Diese grundsätzlichen Aufgaben konnten die sich im Aufbau befindlichen Raumordnungsbehörden Thüringens nicht leisten bzw. die vorhandenen Büros für Territorialplanung aus der ehemaligen DDR als Träger der Regionalplanung durften es nicht, weil es nicht politisch gewollt war (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.1.1.3**). Thüringen hatte zwar sehr frühzeitig ein eigenes Landesplanungsgesetz, die darauf aufbauenden Planungen, wie z. B. das Landesentwicklungsprogramm wurden wegen unterschiedlicher Beeinflussungen, insbesondere durch Beamte aus den Alten Ländern, erst 1993 durch die Landesregierung bestätigt. In dieser Zeit stand die größte Nachfrage nach Veränderungen im Raum sowohl im gewerbegebietlichen Bereich als auch in der peripheren Handelsflächenentwicklung. Eine aktive Raumordnung war in dieser Phase wiederum politisch nicht gewollt, andererseits waren die handelnden Personen auch nicht in der Lage, diese Aufgabe zu leisten.

Partielle Einflußnahmen auch durch den Verfasser haben zwar spektakuläre Fehlentwicklungen im Einzelhandel verhindern können (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.1.2.2**), im Gesamtergebnis hat aber die rein wettbewerbsgesteuerte Handelsentwicklung letztendlich ein Übermaß an Großflächigkeit erzeugt (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.3**).

---

<sup>6.4</sup> Raumordnungsgesetz (ROG) im Bau- und Raumordnungsgesetz (Bau-ROG) vom 18.08.1997

Als besonders beeinflussender Faktor spielt hier der anfänglich unterversorgte Konsument eine gewichtige Rolle. Wegen der nach wie vor geringeren Kaufkraft gegenüber dem Bundesdurchschnitt werden preiswertere Waren nachgefragt, die in der Hauptsache durch großflächige Handelsbetriebsformen abgedeckt werden können (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.3.2.1**).

Die Steuerung auf Bundesebene beschränkte sich auf die gesetzlichen Regularien, um eine geordnete Entwicklung für Handel und Gewerbe zu ermöglichen. Dabei hätte der Gesetzgeber aber aus den früheren Erfahrungen heraus wissen müssen, dass die Handelsunternehmen immer bestrebt waren und sind, sich durch Flächenkonzentration an verkehrlich gut erreichbaren Standorten zu etablieren, ohne die Belange der Raumordnung berücksichtigen zu müssen (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.1.3.1**). In dieser Aufbauphase in den Neuen Ländern wäre es unabdingbar gewesen, sowohl für die Handels- als auch Gewerbegebiete in Relation zur Zentralörtlichkeit Flächenobergrenzen für einen befristeten Zeitraum festzuschreiben, bzw. die Regularien zu verschärfen.

Im Landesentwicklungsprogramm Thüringens vom 10.11.1993 wurde zwar eine ausgewogene Handelsstruktur als Grundsatz festgeschrieben, in der Realität aber nicht erreicht (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 2.2.1.2.2**).

**Es ist im Grunde festzustellen, das die Ziele der Raumordnung zur Siedlungsentwicklung durch den Aufbau einer unausgewogenen Handelsstruktur in Thüringen nicht erreicht wurden.**

**Die Belange der Handelsökonomie erhielten demnach eindeutig Vorrang vor den Belangen der Raumordnung.**

Die Ergebnisse dieser Entwicklung sind vielmehr folgende:

- Innerhalb kürzester Zeit ist eine Handelsstruktur geschaffen worden, die eindeutig durch den Anteil von großflächigem Einzelhandel an peripheren Standorten dominiert wird.
- Circa 4,6 Millionen m<sup>2</sup> Landschaft sind durch die bisherige Handelsentwicklung verbraucht worden - nicht eingerechnet die Flächen für zusätzliche Verkehrswege.
- Der Gesamthandelsbesatz betrug 1998 ca. 3,75 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsraumfläche. Das entsprach einem Verkaufsflächenbestand je Einwohner von 1,5 m<sup>2</sup>. Die regionalen Unterschiede waren dabei besonders deutlich. So betrug dieser Wert in Nordthüringen nur 1,17 m<sup>2</sup> je Einwohner, während er in Ostthüringen einen Wert von 1,67 erreichte. Für Mittelthüringen lag er bei 1,49 und für Südthüringen bei 1,50. Im Vergleich dazu betrug 1998 der Verkaufsflächenbestand je Einwohner in den Alten Ländern 1,31 m<sup>2</sup>.
- 73 % der Handelsgesamtflächen sind großflächiger Natur und peripher, d.h. nicht stadtstrukturbildend etabliert. Damit konnte die Zentrenentwicklung nicht gestärkt werden. Diese Entwicklung führte zu einer Ausdünnung des innerörtlichen primären Handelsnetzes und zu einem Überbesatz des sekundären außerörtlichen Handelsnetzes.

- Die Umlandgemeinden der großen Städte sind durch die absolute Gewährung der Planungshoheit zu den Verursachern dieser unausgewogenen Handelslandschaften geworden. Politische Entscheidungen konterkarierten vielfach die Versuche, eine ausgewogene Handelsstruktur in Thüringen herzustellen.
- Die Flächenentwicklung von Shopping-Centers an den städtischen Randbereichen hat ebenfalls zu einer Ausdünnung des primären Netzes geführt. Deren Anteil am Gesamthandelsbesatz beträgt derzeit 11,4 %. Erst seit 1996 ist ein verstärkter Trend zur Entwicklung innerstädtischer Standorte zu verzeichnen.
- Die innerstädtischen Standortentwicklungen werden weiterhin durch Verzerrung der Wettbewerbsbedingungen gegenüber randstädtischen Standorten maßgeblich behindert. Dazu gehören Landes- bzw. städtische Regelungen, wie z. B. die Stellplatzsatzungen.
- Die schwächeren sekundären, traditionellen Einkaufsgebiete des Einzelhandels konnten sich erst gar nicht entwickeln. Stadtstrukturbestimmend auch für den Einzelhandel sind lediglich die historisch gewachsenen Hauptfußgängerachsen.
- Im Vergleich der ostdeutschen Handelsstrukturen hat Thüringen nicht die extreme Entwicklung genommen, die in den anderen Neuen Ländern zu einem außergewöhnlichen Überbesatz der peripheren Standorte geführt hat.
- Die wettbewerbsgesteuerte Strukturierung des Handels hat zu einem höheren Konzentrationsgrad der Flächen und Unternehmen, zu einer stärkeren Filialisierung mit eingeschränktem Betriebsformenmix und einem Zentralitätsverlust innerhalb der administrativen Grenzen der Städte geführt.
- Damit hat die Stadtentwicklung nicht in den Städten, sondern dazwischen stattgefunden.
- Die ungebremschte Unternehmenskonzentration führt ebenfalls zur Standort- und Flächenkonzentration. Unrentable, weil für den Verbraucher schwerlich erreichbare Standorte insbesondere im Streulagennetz werden dabei kurz- bis mittelfristig aufgegeben. Leidtragende sind dabei immobile Verbrauchergruppen, die Schwachen und Armen.
- Wegen der rapiden Netzausdünnung des primären und sekundären Ladeneinzelhandels- bzw. Streulagennetzes in den ländlichen Regionen wuchs das Versand- und Direktvertriebsnetz überproportional an. Die Verkaufsflächenexpansion hat sich auf typische Standortlagen, wie Stadtrand, Stadtteil und City konzentriert. Ergebnis ist eine **Schwächung der Streulagen** bei gleichzeitiger **Zentralisierung der Verkaufsflächen**.
- Eine geringere Kaufkraft der thüringer Bevölkerung (77,8 % des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittes für das Jahr 1999), resultierend aus niedrigeren Einkommen, die einer geringeren Wirtschaftsleistung der ostdeutschen Unternehmen geschuldet sind, sichern lediglich eine gute Umsatzentwicklung für großflächige und preisaggressive Handelsunternehmen. Ein vielfältiger Einzelhandelsbranchenmix kann sich dadurch nicht durchsetzen.

- 10 Jahre wirtschaftliche Umstrukturierung in den Neuen Ländern haben im Einzelhandel zu einer Handelsstruktur geführt, die durch folgende Ergebnisse gekennzeichnet ist:
  - **Großflächige, preisaggressive Betreiberkonzepte an peripheren Standorten** haben sich konsequent durchgesetzt.
  - Im Lebensmitteleinzelhandel liegt zum Beispiel der Anteil der Lebensmittel-Discounter, bezogen auf die Anzahl, um 36,8 % und bezogen auf die Verkaufsfläche um 72 % höher, während der Anteil der SB-Läden mit 11,2 % und der der klassischen Supermärkte um 5,3 % bezogen auf die Anzahl und um 25,2 % bzw. 23 % bezogen auf die Verkaufsfläche niedriger liegt.
  - Durch die einseitige Standortentwicklung im peripheren Bereich konnten sich die vor 1989 vorhandenen innerstädtischen Kaufhausstandortmagneten, die zwar durch große Handelsketten übernommen wurden, nicht nur nicht weiterentwickeln, sie wurden sogar teilweise aufgegeben.
  - Die **Unternehmensanzahl** ist ebenfalls rückläufig. So existierten in Thüringen 1992 16.404 Unternehmen, 1996 wurden nur noch 12.246 Einzelhandelsunternehmen gezählt. Das entspricht einem Rückgang um 25,3 % (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.2.3**).
  - Die **Beschäftigtenanzahl** im Einzelhandel hat ebenfalls rückläufige Tendenz. 1996 betrug der Arbeitskräfterückgang in Thüringen rund 6.900 Personen bzw. 12,7 %. Während im Durchschnitt der Neuen Länder ca. 4,4 Beschäftigte je Unternehmen gezählt wurden, lag Thüringen bei nur 3,9 (1992 waren es 3,6). Die Alten Länder dagegen beschäftigten 1996 durchschnittlich 9,7 Mitarbeiter je Unternehmen, 1992 waren es erst 8,0 (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.2.3** bzw. **Anlage 3.3**).
- **Die Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes als wichtigem Indiz für die Wirtschaftskraft der Neuen Länder und des Lebensstandards zeigt weiterhin starke Disparitäten im gesamtdeutschen Vergleich** (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 3.1**).

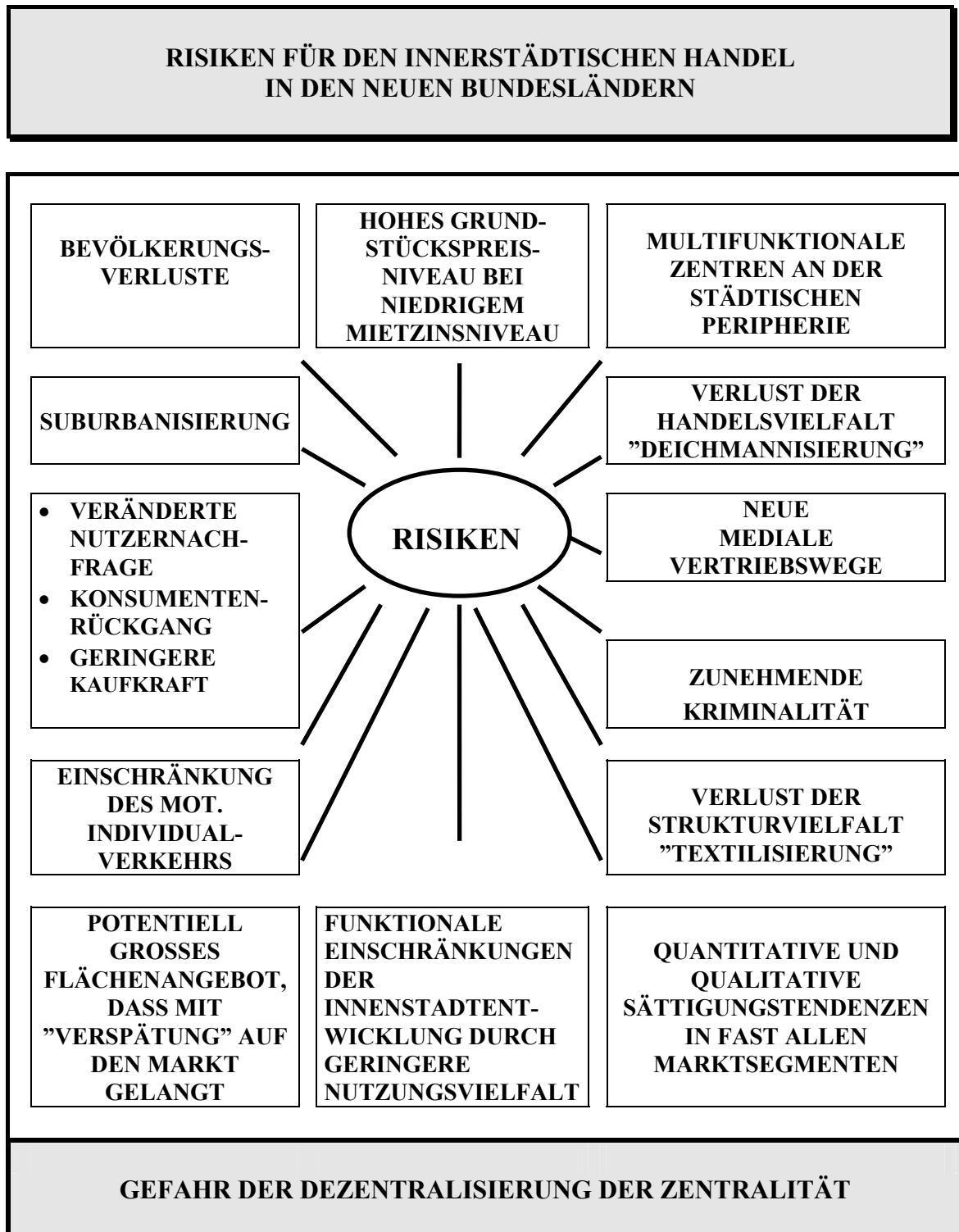
Festzustellen ist weiterhin, dass die Grundziele der Raumordnung zwar mit Wirksamkeit werden des Thüringer Landesplanungsgesetzes von 17. Juli 1991 in Thüringen gesetzlich verankert wurden (Vergleiche **Gliederungspunkt 2.2.1.1.3**), die Handelsstrukturentwicklung in ihren Grundzügen aber erst im Landesentwicklungsprogramm von 1993 (Vergleiche **Gliederungspunkt 2.2.1.2.2**) ihre Endfassung erhielt. Zu diesem Zeitpunkt war aber bereits eine lawinenartige Entwicklung auf den Weg gebracht worden, die durch raumordnerische Einflußnahme nicht mehr aufzuhalten war. Wie und durch welche Faktoren die Zentralität der Städte in puncto Handelsstruktur derzeit bedroht wird, zeigt zusammenfassend **Abbildung 6.1**.

**Faktisch wurde die Zentralität der Orte durch die standörtliche Suburbanisierung des Handels, also durch deren Dezentralität unterlaufen. Die zentralen Funktionen, auch beschrieben durch den Einzelhandel, erfuhren eine standörtliche Verlagerung in periphere Bereiche. Die Stärkung der zentralen Orte ist durch den Aufbau des sekundären Handelsnetzes bei Vernachlässigung des primären Netzes unterlaufen worden. Ergebnis ist damit eine Dezentralität der Zentralität.**

### Abbildung 6.1

Risiken, die die innerstädtische Handelsentwicklung in den Neuen Bundesländern bedrohen

Quelle: Eigener Entwurf



## **6.3 Entwicklungstendenzen / Zielvorstellungen**

### **6.3.1 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen - Konsumentenverhalten**

Wirtschaftliche Situation und Arbeitsmarkt bestimmen weitgehend die Kaufkraft und das Kaufkraftverhalten der Bevölkerung und beeinflussen damit auch maßgeblich die Wirtschaftlichkeit der Handelsunternehmen. Derzeit liegt die Wirtschaftskraft der Neuen Länder im Vergleich zu den Alten Ländern erst bei ca. 60 %, wohingegen die Arbeitslosenrate bei durchschnittlich 18 % liegt. Aus dieser wirtschaftlichen Gesamtsituation heraus besitzen demgegenüber die Bewohner der Neuen Länder eine weitaus geringere Kaufkraft. Diese ist wegen der unterschiedlichen regionalen Wirtschaftsentwicklung nochmals differenziert. Während die Neuen Länder 1998 in ihrer durchschnittlichen Kaufkraft bei 73,3 % des altbundesdeutschen Durchschnitts lagen, belegte Thüringen mit 72,5 % den dritten Platz der Neuen Länder, nach Brandenburg und Sachsen (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.1.2**).

Nach wie vor bestehen starke Unterschiede im Kaufverhalten zwischen Ost- und Westdeutschland, daraus resultierend, dass neben der grundsätzlich geringeren Kaufkraft auch die kaufkraftstärkeren Milieus in Ostdeutschland zu gering vertreten sind. Der gesamtdeutsche Einheitstrend des Billig-Einkaufen-Wollens ist in den Neuen Ländern noch ausgeprägter (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.3.2.1**). Ein neuer Käufertyp, der des "Smart Shoppers", hat sich als aktuelle Käufereinstellung herausgebildet.

Während die Pro-Kopf-Ausgaben für Freizeit, Kultur und Gesundheit sowohl in West- als auch in Ostdeutschland ständig steigen, fallen die Ausgaben für Bekleidung, Nahrungs- und Genußmittel stetig (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.1.2**). Die weitaus geringere Konsumbereitschaft der ostdeutschen Bevölkerung und deren Preisbewußtsein haben den preisaggressiven Anbietern in allen Bereichen des Handels deutliche Marktpositionen durch deren Akzeptanz beschert.

Die bisher geschaffene Handelsstruktur mit der Priorität des sekundären Handelsnetzes an den städtischen Peripherien hat damit künstliche Erlebniswelten geschaffen, die durch den ostdeutschen Konsumenten wegen der nicht vorhandenen stadtzentralen Vergleichsmöglichkeiten vor Ort nach wie vor als besonders attraktiv angenommen werden.

Die Zahl der Konsumenten nimmt kontinuierlich ab, auch über die Jahrtausendwende hinaus. Thüringen verlor z. B. zwischen 1989 bis 1997 rund 7,67 % seiner Bevölkerung. Dabei wird die kaufkraftstarke Altersgruppe der 60 bis 70jährigen einen höheren Anteil an der Gesamtbevölkerung belegen. Für den Einzelhandel ist diese Konsumentengruppe endlich wiederzuentdecken (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.2.2.1** und **4.3.1**).

Innerhalb der Gesellschaft wird sich durch ungleich orientierte Entwicklungstendenzen wie einer Modernisierung, Segregation oder auch Regression eine weitere Polarisierung einstellen.

Mit der Veränderung der Arbeitswelt und der Freizeitnutzung, in dessen Ergebnis eine stärkere Freizeit- und Erlebnisorientierung steht, wird der Erlebniskonsum stärker wachsen als der Versorgungskonsum.

Langfristig ist wegen sozio-demographischer und sozio-ökonomischer Entwicklungen mit einem weiteren Rückgang der Ausgaben im traditionellen Einzelhandel zu rechnen. Die Gestaltung der Freizeit wird nach Konsum und Wohnen verstärkt zum herausragenden Statussymbol (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 4.2.1**).

Im Kontext von Wirtschaft und Gesellschaft sieht der Verfasser in der Entwicklung der Handelsstruktur für Thüringen folgendes Szenario:

- Die Angleichung der Lebensverhältnisse zwischen Ost- und Westdeutschland wird noch mindestens weitere 10 Jahre andauern
- Die Kaufkraft wird sich in diesem Zeitraum dem gesamtdeutschen Durchschnitt angleichen
- Höhere Kaufkraft generiert Konsumentennachfrage, die wegen der geringen Angebotspalette wieder in den Handelsstandorten der Alten Länder gedeckt wird
- Weitere Handelsflächen werden sukzessive durch die Unternehmen nachgefragt
- Diese Flächennachfrage muß standortseitig durch eine aktive Raumordnung und Stadtentwicklung so gesteuert werden, dass
  - keine weiteren peripheren Entwicklungen zugelassen werden
  - der Standort Innenstadt weiter aufgewertet wird
  - die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Innenstadt und Peripherie gleichgestellt werden
  - Städtische Flächenangebote für perspektivische Handels- als auch Freizeitkonzepte stadtzentral ermöglicht und städtische Handlungskompetenz und Verlässlichkeit gesichert werden
- die Raumordnung in Thüringen als Steuerungs- und Koordinierungsstelle wirksam wird, um im Gegenstromprinzip kommunale Eigeninteressen im Interesse einer Gesamtentwicklung auszugleichen und zu steuern.

Wird diese Flächennachfrage weiterhin an periphere Standorte gebunden, sind folgende Auswirkungen zu befürchten:

- Weitere Landschaftszersiedelung
- Verlust der gewachsenen Siedlungsstrukturen mit dem Ergebnis einer Destabilisierung der Stadtzentren und in der Endkonsequenz einer Auflösung der historischen Stadt
- Weiterer Rückgang des primären Handelsnetzes in den Städten
- Monotonie in der Handelslandschaft durch Überbesatz von preisaggressiven Großflächenanbietern
- Geringere Verbraucherakzeptanz und damit Kaufkraftabfluß in umliegende Regionen
- Irreparable Umweltschädigungen durch Flächenverbrauch, Infrastrukturüberlastungen
- Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt durch geringere Beschäftigtenzahlen je Verkaufsfläche.

### **6.3.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen - Handelsunternehmen - Handelsstruktur**

Die Entwicklung des Einzelhandels ist in sich besonders inhomogen verlaufen und hat zu einer Polarisierung zwischen Facheinzelhandel und großflächigen Betriebsformen geführt.

Während der Facheinzelhandel sowohl in der Unternehmensanzahl als auch in der Fläche rückgängig ist, dominieren die großflächigen Handelsbetriebsformen den Markt. Diese sind in mehreren Rationalisierungsetappen entstanden, deren Grundprinzip die Kostenreduzierung z. B. durch Einsparung von Arbeitskräften ist. Beginnend mit der Servicereduzierung bis zur völligen Selbstbedienung, steht der periphere Standort als vorläufig letzte Stufe einer gradlinigen Entwicklung, deren Ursprungsmuster in den USA zu finden ist. Diese Rationalisierungspotentiale zielen grundsätzlich sowohl darauf, die Kosten durch Abbau von Produkt- bzw. Produktberatung auf den Kunden als auch auf die Allgemeinheit durch Externalisierung von Transport- und Umweltkosten zu verlagern. Spezialisierung und Differenzierung durch Fach- und Spezialmärkte berücksichtigen den Wunsch des Käufers nach größeren zusammenhängenden Angebotsflächen als auch den der Handelsunternehmen nach Rationalisierung durch Großflächigkeit (Vergleiche hierzu **Abbildung 6.2**).

Der großflächige Einzelhandel ist heute zum Synonym für den Standort "Grüne Wiese", dem peripheren sekundären Handelsnetz, geworden. In der Unternehmensentwicklung sind immer verstärkter Unternehmenskonzentrationen als Antwort auf die Globalisierung zu verzeichnen, gleichzeitig versuchen diese Unternehmen, ihre Unternehmenswirtschaftlichkeit durch Flächenexpansion zu erhöhen.

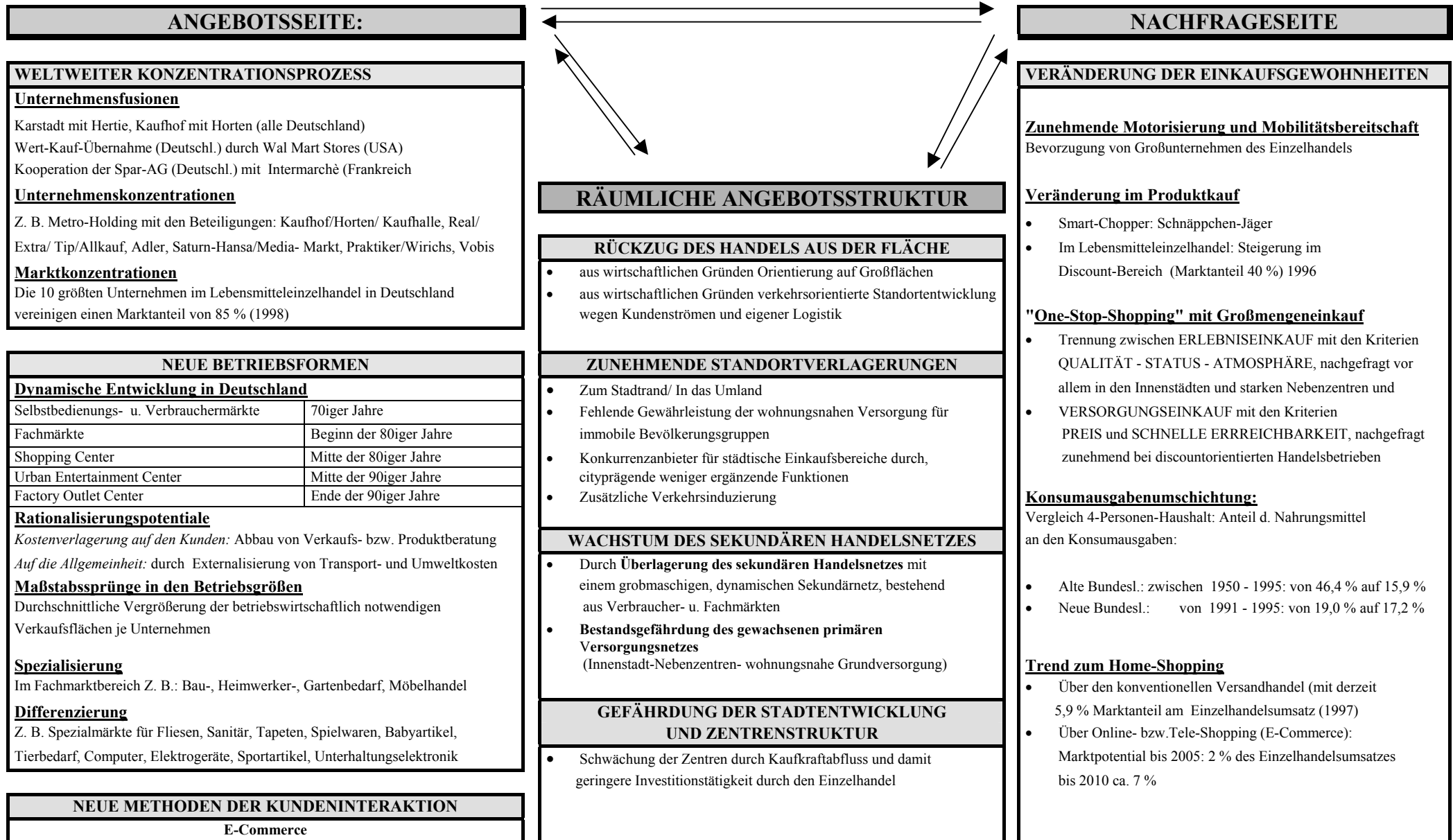
Die vielfältigen Versuche des Gesetzgebers haben nicht zu einer gezielten Standort- und Flächengrößensteuerung geführt - im Gegenteil hat diese Betriebsform in den Neuen Ländern eine überwältigende Renaissance erfahren. Gerade in oder vielmehr um die Städte der Neuen Länder herum konnte sich durch das Übermaß an peripheren Standorten keine ausgewogene Handelsstruktur entwickeln.

73 % der Verkaufsflächen in Thüringen befindet sich an peripheren Standorten, während nur 27 % innerstädtisch orientiert sind - in den Alten Ländern ist dieses Verhältnis umgekehrt. Eine Verhältnisumkehrung kann allerdings weniger durch Restriktionen als vielmehr durch konsequente Steuerung erreicht werden.

Besonders in den Neuen Ländern sind Unternehmensförderungen im Facheinzelhandel weiter zu betreiben, um zu einer ausgewogenen Handelsstruktur zu gelangen. So hat dieser Facheinzelhandel durchaus eine Chance, wenn er sich auf seine Tugenden, nämlich der konsequenten Konsumentenorientierung besinnt und weg vom reinen Discount sich hin zur Kundenbindung orientiert. Unternehmen die dieses Grundprinzip verfolgen, sollten deshalb eine besondere Förderungspriorität erhalten.



## Abbildung 6.2: AUSWIRKUNGEN DER ANGEBOTS- UND NACHFRAGERSEITE IM HANDEL AUF DIE RÄUMLICHE ANGEBOTSSITUATION



Grundsätzlich ist festzustellen, dass eine Innenstadtrevitalisierung durch den Einzelhandel nur durch Verbesserung seiner wirtschaftlichen Grundbedingungen erfolgen kann und eine Gleichstellung mit den peripheren Standorten dadurch zu erreichen ist, wenn die externalen Kosten der Randstandorte ebenfalls erfaßt werden (Aufwendungen für die Verkehrsinfrastruktur: Ruhender und fließender Verkehr).

Der Betriebsformenzyklenwechsel im Einzelhandel erfolgt in immer kürzeren Zeitetappen. Großflächigkeit und Betriebskostenminimierung bleiben dabei das beherrschende Grundthema.

Andererseits erwartet der Konsument ständige Inszenierungen im erlebnisorientierten Handel, sogenannte Events, auf großer Präsentationsfläche. Mit einer neuen Handelsbetriebsform, den Urban Entertainment Centers, als einer Mischung aus Handels- und Freizeitkomponente, wird diesen Forderungen des Konsumenten weitere Beachtung geschenkt. Aus einer Verknüpfung von Freizeit- und Einzelhandelsnutzung werden weitere Synergieeffekte erwartet, die ausbleibende Kunden- und damit auch Kaufströme generieren sollen.

Werden diese den neuen gesellschaftlichen Trends zur Freizeitgesellschaft Rechnung tragenden Betriebsformen in ihrer Ansiedlung stadtzentral gesteuert, kann damit die städtische Zentralität aufgewertet werden und Kaufkraft und Kundenströme wieder in die Städte zurückgebracht werden (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 3.3.3.2**).

Diese Urban Entertainment Centers sind eine Weiterentwicklung der beliebten Shopping-Center, die inzwischen zu einem tragenden Element der europäischen Handelslandschaft geworden sind. Nach Entwicklungsstagnation in der Mitte der 80iger Jahre in Deutschland erlebte diese Betriebsform in den Neuen Ländern eine besondere Renaissance. So wuchs die Zahl der Center von 95 (1990) auf 240 im Jahr 1997 bei einer Gesamtfläche von ca. 7,97 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Bezeichnend ist die Tatsache, dass das größte Shopping-Center Deutschlands, der Saalepark in Günthersdorf bei Leipzig mit ca. 133.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, in peripherer Lage und in den Neuen Ländern realisiert wurde. Bezeichnend ist weiterhin, dass die Neuen Länder im innerdeutschen Vergleich den höchsten Anteil an Shopping-Center-Flächen je Einwohner besitzen. Hier liegt Thüringen mit nur 116 m<sup>2</sup> gegenüber Brandenburg mit 291 m<sup>2</sup> an letzter Stelle der Neuen Länder, resultierend aus einer restriktiveren Ansiedlungspolitik insbesondere in den ersten Jahren des Transformationsprozesses. Beispielhaft dafür war der im Osten stark beachtete Fall des Standortes Egstedt bei Erfurt, der auch mit Unterstützung des Verfassers nicht zur Ausführung gekommen ist (Vergleiche hierzu **Anlage 2.2**).

Letztendlich erfolgte aber die Standortansiedlung der Shopping-Center in der überwiegenden Zahl peripher, was zu einer weiteren Dominanz des sekundären Handelsnetzes geführt hat. Erst seit 1996 ist ein Trend zur Innenstadtansiedlung erkennbar (Vergleiche **Gliederungspunkt 2.3.2.4**).

Eine neue Handelsgrößbetriebsform, die sogenannte Factory Outlet Center, zielen durch Direktvertrieb vom Hersteller zum Kunden auf eine Einsparung der Einzelhandelsspanne und kommen damit dem Deutschen Naturell des "Billig aber gut Einkaufen Wollens" wiederum sehr nahe (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 3.3.3.3**). Unter Umgehung des traditionellen Facheinzelhandels werden damit dem Kunden Markenwaren zu besonders günstigen Preisen angeboten.

Die Projektstandortfindung ist wiederum für die Investoren ein rein wirtschaftliches Problem. Unter Kostengesichtspunkten (Grundstück, Erschließungsaufwand, Stellplätze) kann deshalb der Standort nur peripher sein, es sei denn, dass durch die konkrete Standortsteuerung mittels der Raumordnung im Kontext mit der jeweiligen Stadt ein stadtzentraler Standort gefunden werden kann. Diese Steuerungsregularien stehen zwar in ausreichendem Umfang zur Verfügung, wurden bzw. werden aber vielfach nicht angewendet.

Auch in den nächsten Jahren ist mit einer weiteren Nachfrage nach Handelsflächen zu rechnen (Vergleiche hierzu **Gliederungspunkt 3.3.4**). Dieser Bedarf resultiert sowohl aus einer prognostizierten Einkommenssteigerung der Haushalte, die als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wirksam wird, als auch aus der Generierung von Nachfragepotential aus den Segmenten Freizeit, Informations- und Kommunikationstechnologien (Rechnerische Größe von ca. 225.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis zum Jahr 2010).

Diese letztgenannten Bereiche sorgen auch dafür, dass der Handel mit seinen 4 grundsätzlichen Netzen im Versand- und Direktvertriebsnetz (Betriebsform: **E-Commerce**, vergleiche **Gliederungspunkt 3.3.2**) Umsatzzuwächse erreichen wird. Prognosen gehen hier von 5 % des Einzelhandelsumsatzes im Jahr 2005 aus. Das hat Auswirkungen auf die Handelsstruktur, die sich in Form von Flächensubstitutionen darstellen wird. Betroffen sind dabei besonders nicht "haptische" Güter, wie z. B. braune und weiße Ware. Demzufolge sind in der Hauptsache Betriebsformen im sekundären Handelsnetz, wie SB-Warenhäuser und Fachmärkte betroffen. Der ambienteorientierte Handel (primäres Handelsnetz) wird durch E-Commerce kaum beeinflusst werden können.

Hier zeigt sich der grundsätzliche Ansatz und die Notwendigkeit der Ansiedlungssteuerung. Raumordnung und Stadtentwicklung müssen in die Lage versetzt werden, höhere Verantwortung für eine gesamtgesellschaftliche Entwicklung übernehmen zu können. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen müssen für beide, großflächige und kleinflächige Betriebsformen des Einzelhandels, gesichert werden, es muß aber das grundsätzliche Ziel der städtischen Zentralität und der Handelsstandortsicherung Innenstadt besonders berücksichtigt werden.

### **6.3.3 Zur Notwendigkeit der Weiterführung der räumlichen Planung**

Das Konfliktpotential zwischen raumordnerischen Leitvorstellungen, zusammengefaßt in den **Gliederungspunkten 5.1 und 5.2** und wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen (**Gliederungspunkte 3.2, 3.3 und 4.1, 4.2, 4.3**), wird auch weiterhin bestehen bleiben, beziehungsweise sich in einzelnen Bereichen wie z. B. in der Handelsstrukturentwicklung weiter verschärfen.

**Eine effiziente Prozeßsteuerung unter Wahrung der nachhaltigen Raumentwicklung ist nach Auffassung des Verfassers langfristig nur durch die Instrumente der Raumordnung in Kombination mit Mitteln der Wirtschaftsförderung als aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik zu bewältigen. Damit erhält diese Regionalpolitik einen wirtschaftsfördernde und steuernde Komponente, die allerdings die Rahmenbedingungen für die freie Entfaltung der Unternehmen gewährleisten muß.**

Noch wird über die zukünftige Raumordnungspolitik kontrovers diskutiert. Während GÜTTLER und ROSENKRANZ <sup>6.5</sup> vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung als auch RUNKEL <sup>6.6</sup> vom Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen der Auffassung sind, dass durch die Nivellierung des ROG und die verschiedenen Modellvorhaben des Bundes ausreichender Planungs- und Handlungsvorlauf geschaffen wurde, sehen HÜBLER <sup>6.7</sup> und PRIEBS <sup>6.8</sup> weiteren Handlungsbedarf, der einerseits darin besteht, die Verfahrenserfordernisse einer nachhaltigen Raumentwicklung (Risikoversorge, Suffizienz, Effizienz, Vielfalt) verstärkt in der Raumplanung zu berücksichtigen als auch die Planungsinstrumente um ökonomische Komponenten zu verstärken.

Das nachdrücklicher Handlungsbedarf besteht, hat der Verfasser am Beispiel der Handelsentwicklung in Thüringen (**Gliederungspunkt 2 und 3.3.4**) zusammenfassend dargestellt.

Dieser Handlungsdruck, hervorgerufen durch die Einzelhandelsdynamik, zeigt sich derzeit im Ergebnis steigender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft verstärkt in den Alten Ländern.

---

<sup>6.5</sup> Güttler, Helmut, Rosenkranz, Christa: Aktuellen Herausforderungen für die Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik bei der Erhaltung und Sicherung funktionsfähiger Innenstädte, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 2/3.1998 S. 81 - 88

<sup>6.6</sup> Runkel, Peter: Zur Zukunftstauglichkeit des planungsrechtlichen Instrumentariums für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 255 - 258

<sup>6.7</sup> Hübler, Karl-Hermann: Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

<sup>6.8</sup> Prieb, Axel: Räumliche Planung und nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 249 - 254

BLEYER <sup>6.9</sup> zeigt am Beispiel der Region München den Bedeutungsverlust zentralörtlicher Funktionen durch periphere großflächige Einzelhandelsstandorte auf und stellt fest, dass mit den vorhandenen Instrumenten der Raumordnung die Entwicklung zwar verzögert aber kaum aufgehalten werden kann. Vielmehr sieht er in einer interkommunalen Kooperation und einer Umsetzung regionaler Leitbilder und Konzepte für die Bauleitplanung hierfür verbesserte Lösungsansätze.

Der wirtschaftliche Strukturwandel in den Neuen Ländern als auch in Thüringen hat sich besonders augenscheinlich in der Dynamik der Einzelhandelsstruktur gezeigt. Dieser Prozeß, beginnend mit der Transformation von der Zentralverteilungswirtschaft zur Marktwirtschaft, war in Einjahresfrist abgeschlossen und bewegt sich weiter in Richtung Internationalisierung, ohne dass sich bisher eine mittelständisch orientierte Unternehmensstruktur entwickeln konnte. Daraus resultierend sind übermäßig viele Großbetriebsformen des Einzelhandels hauptsächlich an peripheren Standorten entstanden, bzw. entstehen weiter.

Die Aufgaben der Raumordnung können nach Auffassung des Verfassers nur dann effektiv gelöst werden, wenn durch eine neue Form des Herangehens durch eine **aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik**, die auf Veränderungen der gesellschaftlichen und weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht nur reagiert, sondern im Wissen um deren Entwicklungstendenzen agieren kann und muß.

Diese Abhängigkeiten sind in **Abbildung 6.2** in ihren Auswirkungen der Angebots- und Nachfragerseite auf die räumliche Angebotssituation dargestellt.

Sinnfällig ist, dass durch die zunehmende Mobilitätsbereitschaft im Zuge einer stetigen Motorisierung (in den Alten Ländern Verdreifachung des PKW-Bestandes von 1960 bis 1990; Landeshauptstadt Erfurt: von 1972 bis 1994 Steigerung um das 5,6fache) das periphere Handelsnetz vom ostdeutschen Konsumenten besonders stark angenommen wird. Diese Entwicklung wird durch die Betriebsformendynamik im Einzelhandel noch besonders unterstützt. Nicht umsonst haben Fachmärkte und auch der traditionelle Fabrikverkauf als Vorform der Factory Outlet Center eine hohe Kundenakzeptanz. Diese Kongruenz zwischen Angebots- und Nachfragerseite hat allerdings negative raumrelevante Auswirkungen im Umwelt-, Versorgungs- und Stadtfunktionsbereich. Besonders benachteiligt sind dabei immobile Käuferschichten. Gefährdungspotentiale liegen in der Stadtentwicklung und Zentrenstruktur aber auch langfristig in der Entwertung öffentlicher Investitionen bzw. auch in einer Nichtbewältigung städtischer "Betriebskosten", wie z. B. nicht mehr beherrschbare Aufwendungen für Neubau und Instandhaltung des Verkehrs im öffentlichen Raum. Damit ist eine nachhaltige Stadtentwicklung nicht mehr zu sichern.

Eines der zukünftigen Grundsatzziele muß es deshalb sein, die weiteren Flächeninanspruchnahmen einerseits zu stoppen und andererseits neue Regularien für eine kompakte Stadt- und Raumordnung zu implementieren, bzw. die vorhandenen effizient auszuschöpfen.

---

<sup>6.9</sup> Bleyer, Burkhard: Standort- und Flächentrends bei Einzelhandelsgroßprojekten - Grenzen landesplanerischer Steuerungsinstrumentarien und Möglichkeiten konsensueller Regelungen der kommunalen Plangeber, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2/3. 1999, S. 132 - 142

Der Verfasser konnte nachweisen, dass durch sein persönliches Engagement periphere überdimensionierte Standortentwicklungen von Einzelhandel und Gewerbegebieten verhindert werden konnten. Er hat sich während seiner Tätigkeit in der IHK daran orientiert, aktiv den Entwicklungsprozeß zu begleiten, die Zentralität der Orte zu beachten und die Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte zu berücksichtigen.

Die immer intensiver und kurzlebiger ablaufenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Prozesse im Raum bedürfen einer weiteren und umfassenden Steuerung, um folgende Ziele analog der Raumordnungsaufgaben zu erreichen:

- Sicherung und Herstellung der Gleichwertigkeit der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für alle Einzelhandelsformen - Präferenz des Handelsstandortes Innenstadt
- Erhalt und Weiterentwicklung der vorhandenen Siedlungsstruktur unter der Maßgabe eines geringen Ressourcenverbrauches

Mit Hilfe einer **aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik** können die künftigen raumrelevanten Anforderungen im Sinne einer Nachhaltigkeit gemeistert werden. Diese Raumentwicklungspolitik besteht aus den Komponenten **Angebotsplanung, Wirtschaftsförderung, Ansiedlungssteuerung** durch Raumordnungsverfahren mit veränderten Beurteilungskriterien und **Interkommunaler Kooperation**.

Diese Angebotsplanung soll auf der Grundlage einer Gesamtanalyse konzeptionelle Handlungskonzepte entwickeln, die zur Qualifizierung der landesplanerischen Dokumente (Landesentwicklungsprogramm, Regionale Raumordnungspläne) im Gegenstromprinzip eingearbeitet werden (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 5.4.1.2**). Die Wirtschaftsförderung soll nicht nur Einzelunternehmen unterstützen sondern auch das städtische Umfeld aufwerten, bzw. Kooperationen zwischen Kommunen und Einzelhandel befördern (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 5.4.4**).

In der Ansiedlungssteuerung soll durch Verschärfung der Beurteilungskriterien eine subtilere Beurteilung der raumrelevanten Auswirkungen von Einzelhandelsentwicklungen möglich werden und damit die Leitfunktion des Einzelhandels für eine künftige nachhaltige Stadtentwicklung umgesetzt werden (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 5.4.3**).

Diese Angebotsplanungen sollen als Umsetzungsstrategien durch interkommunale Kooperation verwirklicht werden. In der ersten Stufe soll durch die Bildung eines Städtetetzes A 4 (Vergleiche dazu **Gliederungspunkt 5.1**) eine breite kommunale Plattform geschaffen werden.

Die Handlungsfelder für diese aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik sind in **Abbildung 6.3** zusammengefaßt.

Der Verfasser ist der Auffassung, dass mit dieser aktiven Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik und der Akzeptanz bzw. Erfüllung der genannten Rahmenbedingungen, unter Beachtung der neuen Anforderungen aus Wirtschaft und Gesellschaft, der Weg aufgezeigt ist, die Zentralität der Städte durch die Zentralität des Handels zurückzugewinnen.

### Abbildung 6.3

Aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik für Thüringen - Handlungsfelder

Quelle: Eigener Entwurf

Die Zentralität der Orte ist durch den Handel zu stärken, denn der Handel ist einer der wichtigsten Gestaltungselemente einer prosperierenden, lebendigen Stadt, der innerstädtische Einzelhandel ist die tragende Säule städtischer Vitalität.		
	LANDESEBENE	KOMMUNALEBENE
<b>ZIELVORSTELLUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktive Raumordnungspolitik mit dem Ziel der Wiederherstellung der Zentralität der Orte durch die Zentralität des Einzelhandels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktive Stadtentwicklungspolitik mit dem Ziel der Sicherung einer kompakten Stadtstruktur: <b>Leitbild: Kompakte und durchmischte Stadt in polyzentrischen Regionen</b></li> </ul>
<b>LEITBILD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige Raumentwicklung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige Stadtentwicklung</li> </ul>
Raumordnung und Stadtentwicklung		
<b>Landesplanungs-/Stadtplanungsgrundsätze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Übernahme des Raumordnungsgesetzes mit seinen Leitvorstellungen und Aufgaben der Raumordnung in gültiges Landesrecht</li> <li>Präferenz der Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte und Festschreibung im LEP</li> <li>Schaffung eines Planungsvorlaufes durch Qualifizierung der Raumordnungspläne in Richtung Handelsstruktur</li> <li>Regionale Entwicklungskonzepte für den Einzelhandel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Präferenz der Leitfunktion des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstädte</li> <li>Schaffung des Planungsvorlaufes durch Handelskonzeptionen mit Sicherung einer aktiven Angebotsplanung</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung einer kompakten Siedlungsstruktur</li> <li>Verschärfung der Richtlinie zur Verfahrensweise bei der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel durch Herabsetzung des Schwellenwertes von 700 auf 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Urbanität durch Dichte"</li> <li>Klares Leitbild zur <b>wirtschaftlichen und städtebaulichen</b> Entwicklung der Stadt</li> <li>Sicherung der Stadtentwicklung bzw. in der ersten Stufe deren Revitalisierung durch interkommunale Kooperationen</li> </ul>

<b>Vorhabens- beurteilung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abkehr von Entscheidungs- findungen unter rein stadtegoistischen Gesichtspunkten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Steuerung der Angebotsplanung</li> </ul>
<b>Wirtschaftliche Rahmenbedingungen für eine ausgewogene Handelstruktur</b>		
<b>Handels- struktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herstellung der Kongruenz zwischen dem Netz der zentralen Orte mit den Netzstrukturen des Handels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung des primären Handels- netzes</li> <li>• Flächenangebote für Handels- großflächen im Zentrum</li> </ul>
<b>Sicherung des Handels- standortes Innenstadt: Stabilisie- rung des primären Handels- netzes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miteinander abgestimmte konzertierte Maßnahmen der einzelnen Abteilungsbereiche der Ministerien des Landes Thüringen unter Leit- kompetenzzuordnung der Raumordnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Innenstadt- und Zentrenpolitik durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flächenangebotspolitik</li> <li>• Stadt-Marketing</li> <li>• Städteverbünde</li> <li>• Regionalmarketing</li> </ul> </li> <li>• Stärkung bzw. Präferenz der stadtzentralen Entwicklung</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewährleistung einer Arbeitsteilung im Handel zwischen Peripherie und Stadtzentrum</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herstellen der Gleichwertigkeit der Ausgangsbedingungen für innerstädtische Standorte (Novellierung der Bau- ordnung bzw. Einbeziehen externer Kosten in die betriebswirtschaftliche Kalkulation: Stellplatzablöse- gebühren bzw. Besteuerung des Standortes "Grüne Wiese")</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufheben der Stellplatz- ablösegebühren oder Sicherung der alleinigen Verwendung für den Bau von Parkhäusern und Tiefgaragen</li> </ul>



<b>Sozio-ökonomische Rahmenbedingungen</b>		
<b>Wirt- schafts- struktur</b>	<p>Stärkung der Wirtschaftskraft der Städte durch Verbesserung der Rahmenbedingungen für Ansiedlungs- u. Förderpolitik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffen von Abschreibungsmöglichkeiten für den innerstädtischen Einzelhandel</li> <li>• Förderung des innerstädtischen Einzelhandels im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur"</li> <li>• Städtebauförderung durch Bund und Länder auch zugunsten des Einzelhandels</li> <li>• Entwicklung integrierter Förderkonzepte (Fördermittelkombination der Stadterneuerung mit Mitteln der Wirtschaftsförderung)</li> <li>• Innenstadtförderungsgesetz für höhere Anreize innerstädtischer Investitionen durch steuerliche Abschreibungsmöglichkeiten: Verlängerung des Fördergebietgesetzes für innerstädtische Bereiche bis zum Jahr 2000)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftsförderung zur Stärkung der städtischen Wirtschaftskraft</li> <li>• Entwicklung integrierter Förderkonzepte (Fördermittelkombination der Stadterneuerung mit Mitteln der Wirtschaftsförderung)</li> </ul>
<b>Stärkung der Kaufkraft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Rahmenbedingungen für eine prosperierende Wirtschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offensives Ansiedlungsmanagement und aktive Wirtschaftsförderung zur Sicherung einer hohen Beschäftigtendichte</li> </ul>

<b>Umweltrelevante Rahmenbedingungen</b>		
<b>Mini- mierung des Flächen- ver- brauches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung innerstädtischer Entwicklungen durch Unternehmens- und Investitionsförderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genehmigungsverbot von Solitärstandorten für Großflächenbetriebe am Stadtrand oder im Umland</li> <li>• Konzentration auf die Innenstadtentwicklung</li> <li>• Nachnutzung frei werdender Liegenschaften (Militär, Bahn, Post) für attraktive Nutzungsmischungen von Wohnen, Handel und Gewerbe</li> </ul>
<b>Sicherung der verkehr- lichen Erreich- barkeit</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung von ausreichenden Parkmöglichkeiten und ggf. von Parkleitsystemen</li> <li>• Sicherung und Optimierung des Wirtschaftsverkehrs durch City-Logistik</li> <li>• Sicherung und Ausbau des ÖPNV-Netzes</li> <li>• Koordinierung von Baumaßnahmen im öffentlichen Straßenraum</li> </ul>
<b>Erhöhung der Standort- qualität in den Innen- städten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liberalisierung des Ladenschlusses</li> <li>• Investitionssteuerung durch Förderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generieren von Besucher- und Kundenströmen durch verlängerte Ladenöffnungszeiten auch an den Wochenenden</li> <li>• Erhöhung der Sicherheitsanforderungen</li> <li>• Funktionsmischung durch Erhöhung des Wohnungsanteiles</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeptionelle Steuerung durch Handlungskonzeptionen, wie Zentren- und Märktekonzepte zur Entwicklung des Einzelhandels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewogene Arbeitsteilung zwischen innerstädtischen und peripheren Standorten</li> </ul>
	Konzeptionelle Steuerung durch Moderation und Kontrolle von interkommunalen Zusammenarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeptionelle Steuerung durch interkommunale Zusammenarbeit</li> </ul>

## 7. ANLAGEN

BEZ. NR.	INHALT	SEITE
1.1	Der Weg zur Deutschen Einheit, chronologischer Ablauf	IV
1.2	Einzel- und Großhandelsbetriebsformen: Definitionen	V
1.3	Bemessungsgrößen für Handel und Versorgung in Neubauwohn- gebieten entsprechend der Komplexrichtlinie, 1976	VII
1.4	Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen, für 1. Thüringer Symposium "Transformationsprobleme - lösbar?!"	VIII
2.1	Verkaufsstellennetzplanung in der DDR mit Gestaltung und Entwicklung des Verkaufsstellennetzes, Prinzipien der Netzplanung, Normative der Netzplanung	XIII
2.2	Fehldimensionierte Handelsflächen um Erfurt am Standort Egstedt	XVIII
2.3	Karte der Möbelhandelsflächen und Einkaufscenter zwischen Erfurt und Weimar	XXIII
2.4	Beispiel für Flächennutzungsplanungen im Städtischen Umfeld: Erfurt-Südost: Planungsstand 1991	XXIV
2.5	Frühere Bezirksgliederung des Landes Thüringen	XXV
2.6	Raumstruktur Thüringen: Zentrale Orte und Verbindungsachsen 1991	XXVI
2.7	Fehldimensionierte Handelsflächen in und um Mühlhausen	XXVII
2.8	Karte der Handelsflächen in und um Mühlhausen 1993	XXVIII
2.9	Zusammenstellung der vorhandenen und geplanten Einrichtungen des Einzelhandels in und um Mühlhausen 1993	XXIV
2.10	Fehldimensionierte Handelsflächen in und um Nordhausen	XXX
2.11	Entwicklungsdarstellung raumstruktureller Kategorien im Rahmen der LEP-Bearbeitung	XXXI
2.12	Entwicklungsstufen der Zentrenhierarchien im Rahmen der LEP- Bearbeitung	XXXV
2.13	Raumstruktur Thüringen, LEP-Entwurf: November 1991	XXXVII
2.14	Raumstruktur Thüringen, LEP-Entwurf: Mai 1992	XXXVIII
2.15	Raumstruktur Thüringen, LEP 1993	XII
2.16	Räumliche Gliederung Thüringens nach Planungsregionen 1991 und 1994	XL
2.17	Kartographische Darstellung zur Entwicklung des Großflächigen Einzelhandels in Thüringen	XLI
2.18	Kartographische Darstellung zur Entwicklung des Gesamteinzelhandels in Thüringen	XLII
2.19	Vergleich der Shopping-Center in Deutschland nach Bundesländern	XLIII
2.20	Ausgewählte Logistik-Unternehmen in Thüringen	XLIV

<b>2.21</b>	Vergleich der Entwicklungsbedingungen von randstädtischen und innerstädtischen Standorten des großflächigen Einzelhandels in den Neuen Ländern	<b>XLV</b>
<b>3.1</b>	Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Umsatzzahlen und des Umsatzes je Unternehmen 1992 nach der HGZ (Handels- und Gaststättenzählung 1993) und 1996, Neue Länder ohne Berlin Ost	<b>XLVI</b>
<b>3.2</b>	Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Umsatzzahlen und des Umsatzes je Einwohner 1992 und 1996 Neue Länder ohne Berlin Ost	<b>XLVII</b>
<b>3.3</b>	Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Beschäftigtenzahlen im Einzelhandel und der Beschäftigtenzahl je Unternehmen 1992 und 1996, Neue Länder ohne Berlin Ost	<b>XLVIII</b>
<b>3.4</b>	Darstellung des Einzelhandelsumsatzes nach Kreisen / Kreisfreien Städten in Thüringen 1996, Einzelhandelsumsatz ohne Einzelhandel mit Kfz und Tankstellen, Stand Mai 1997	<b>IL</b>
<b>3.5</b>	Fusionen im Einzelhandel	<b>L</b>
<b>3.6</b>	Die größten Handelsunternehmen in Deutschland 1994 und deren Anteil am Lebensmitteleinzelhandel	<b>LVIII</b>
<b>3.7</b>	Die größten Handelsunternehmen in Deutschland 1998 und deren Anteil am Lebensmitteleinzelhandel	<b>LIX</b>
<b>3.8</b>	Zusammenstellung vorhandener und geplanter Shopping-Center in Deutschland	<b>LX</b>
<b>3.9</b>	Shopping-Center über 10.000 m <sup>2</sup> Mietfläche in Deutschland	<b>LXVII</b>
<b>3.10</b>	Beispiele von handelstechnisch nutzbaren Verkehrsstationen in Deutschland	<b>LXVIII</b>
<b>3.11</b>	Urban Entertainment Center - Bausteine und strategische Entwicklung	<b>LXIX</b>
<b>3.12</b>	Geplante Factory Outlet Center in Deutschland	<b>LXX</b>
<b>3.13</b>	Negative Auswirkungen von Factory Outlet Center an nichtintegrierten Standorten	<b>LXXII</b>
<b>4.1</b>	Kaufkraftentwicklung in Deutschland 1998	<b>LXXIII</b>
<b>4.2</b>	Altersstruktur der Bevölkerung in den Neuen Ländern im Jahr 2010 im Vergleich zu 1998	<b>LXXIV</b>
<b>4.3</b>	Altersstruktur der Bevölkerung in den Alten Ländern im Jahr 2010 im Vergleich zu 1998	<b>LXXV</b>
<b>4.4</b>	Milieudarstellung Ostdeutschland	<b>LXXVI</b>
<b>4.5</b>	Milieudarstellung Westdeutschland	<b>LXXVII</b>

<b>5.1</b>	Surburbanisierung: Ursachen, Erscheinungsbilder	<b>LXXVIII</b>
<b>5.2</b>	Leitvorstellung und Aufgaben der Raumordnung	<b>LXXX</b>
<b>5.3</b>	Europäisches Raumentwicklungskonzept (EUREK)	<b>LXXXIII</b>
<b>5.4</b>	EntschlieÙung der Ministerkonferenz für Raumordnung zu Factory-Outlet-Center (FOC) vom 03. Juni 1997	<b>LXXXIX</b>
<b>5.5</b>	Nachhaltige Stadtentwicklung	<b>XCI</b>
<b>5.6</b>	Stadtentwicklungsmodelle	<b>XCII</b>
<b>5.7</b>	Diskussion zum Konzept der urbanen Nachhaltigkeit - die kompakte Stadt	<b>XCIII</b>
<b>5.8</b>	EntschlieÙung der Ministerkonferenz für Raumordnung zur Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume vom Kfz-Verkehr vom 03.06.1997	<b>XCIV</b>

## Anlage 1.1

### Der Weg zur Deutschen Einheit - Chronologischer Ablauf

1989	HERBST	Friedliche Revolution in der DDR - Zusammenbruch des SED-Regimes
	09. November	Öffnung der Mauer
1990	5. Januar	Vereinbarung über die Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Städtebaues zwischen dem Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau und dem DDR-Ministerium für Bauwesen, Städtebau und Wohnungswirtschaft zu Modellmaßnahmen der städtebaulichen Erneuerung in den Neuen Ländern: Modellstädte in Thüringen: Mühlhausen, Weimar, Jena und Dorf Mühlberg
	18. März	Erste freie Wahlen zur Volkskammer der DDR, darauf folgend Bildung der Regierung de Maizière
	06. Mai	Kommunalwahlen in der DDR
	01. Juli	Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR
	22. Juli	Verfassungsgesetz der DDR zur Bildung von Ländern: <b>Ländereinführungsgesetz</b>
	31. August	Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR über die Herstellung der Einheit Deutschlands: <b>Einigungsvertrag</b>
	12. September	Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland, der DDR, Frankreich, Großbritannien, der Sowjetunion und den USA über die abschließende Regelung in Bezug auf Deutschland: <b>Volle Souveränität für die Bundesrepublik</b>
	03. Oktober	<b>Herstellung der Deutschen Einheit:</b> Erweiterung der Bundesregierung um 5 Bundesminister für besondere Aufgaben auf dem Gebiet der ehemaligen DDR
	04. Oktober	Zusammentritt des Deutschen Bundestages im Reichstagsgebäude in Berlin - erweitert um 144 von der ehemaligen Volkskammer der DDR entsandte Mitglieder
	14. Oktober	Wahlen zu den Landtagen der 5 Neuen Länder, darauf folgend: <b>Bildung der Landesregierungen</b>
	14. Oktober	<b>Bildung der Landesregierung Thüringen</b>
1991	17. Juli	<b>Thüringer Landesplanungsgesetz</b>
	22. August	<b>Landesregionenverordnung</b>
1992	29. April	Beschluß der Landesregierung für eine Verwaltungs- und Gebietsreform
1993	15. Juli	Gesetz zur Neugliederung der Landkreise und kreisfreien Städte in Thüringen - ThürNGG: <b>Gebietsreform</b>
	25. Oktober	<b>Verfassung des Freistaates Thüringen</b>
	10. November	<b>Landesentwicklungsprogramm (LEP)</b>
1994	11. Mai	<b>Landesregionenverordnung</b>

## Anlage 1.2

Einzel- und Großhandelsbetriebsformen: Definitionen

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>1.2.1</sup>

SELBSTBEDIENUNG (SB)	
Definition.:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freier Zugang des Kunden zur Ware</li> <li>• Entnahme der Ware aus den Warenträgern</li> <li>• Kassieren getrennt vom Verkaufsvorgang</li> </ul>
LEBENSMITTELORIENTIERT (FOOD)	NICHTLEBENSMITTELORIENTIERT (NONFOOD)
<b>LEBENSMITTEL-SB-LADEN</b> Lebensmittel-Einzelhandels-Selbstbedienungsgeschäft mit <b>weniger als 200 m² Verkaufsfläche</b>	<b>NONFOOD-DISCOUNTMARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstbedienungsgeschäft mit konzentriertem Angebot von umschlagstarken niedrigpreisigen Artikeln aus dem Hartwaren- und/oder Textilbereich</li> <li>• Kundenansprache durch Niedrigpreispolitik</li> </ul>
<b>LEBENSMITTEL-SB-MARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels-Selbstbedienungsgeschäft mit <b>200 bis 400 m² Verkaufsfläche</b></li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Lebensmittel, Frischwaren sowie integrierte Nonfood-Artikel</li> </ul>	<b>VERBRAUCHERMARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsgeschäft mit <b>mindestens 1.500 m² Verkaufsfläche</b>, überwiegend in Selbstbedienung</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Lebensmittel, Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfes</li> </ul>
<b>SUPERMARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels-Selbstbedienungsgeschäft mit <b>mindestens 400 m² Verkaufsfläche</b></li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Lebensmittel und Frischwaren</li> <li>• Nonfood-Flächenanteil: <math>\leq 25\%</math></li> </ul>	<b>SB-WARENHAUS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsgeschäft mit <b>mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche</b>, überwiegend in Selbstbedienung</li> <li>• <u>Standort</u>: Außerhalb von Innenstädten</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Lebensmittel, u. umfangreiches Sortiment an Ge- u. Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und teilw. langfristigen Bedarfes</li> </ul>
<b>LEBENSMITTELDISCOUNTMARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels-Selbstbedienungsgeschäft</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: umschlagstarke niedrigpreisige Artikel des Lebensmittel- und Frischwarenbereiches</li> <li>• Kundenansprache durch Niedrigpreispolitik</li> </ul>	<b>WARENHAUS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsgroßbetrieb</li> <li>• <u>Standort</u>: Zentrale Stadtlage</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Breites Sortiment von Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf u. Lebensmittel einschließlich Gastronomie</li> <li>• <u>Produktverkauf</u>: Überwiegend in Kundenwahl</li> </ul>
<b>VERBRAUCHERMARKT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsgeschäft mit <b>mindestens 1.500 m² Verkaufsfläche</b>, überwiegend in Selbstbedienung</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: Lebensmittel, Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfes</li> </ul>	<b>KAUFHAUS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsfachgeschäft mit größerer Fläche</li> <li>• <u>Verkaufsprodukte</u>: breites, tiefes und branchenbetontes Angebot</li> </ul>

### FACHGESCHÄFT

- Branchengebundener Einzelhandelsbetrieb
- Verkaufsprodukte: Tiefes Sortiment
- Beratung und Service

### FACHMAKRT

- Großflächiges Fachgeschäft
- Verkaufsprodukte: Branchenbestimmtes, breites und tiefes Angebot weitgehend in Selbstbedienung
- Beratung und Service im Angebot Z. B.: Drogerie-, Bau-, Tapetenmärkte

### PASSAGEN

- Bauliche Einheit in Citylagen mit vorwiegend mittleren und kleinen Handels-, Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsbetrieben
- Bauliche Einheit in Citylagen als Verbindung von 2 Verkehrszonen zur Fußgängernutzung
- Verkaufsprodukte: Sortiment und Einrichtung im gehobenen Bedarf

### GALERIEN

Passagen mit zwei und mehr Verkaufsebenen

### SHOPPING-CENTER

- Großflächige Versorgungseinrichtung zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfes
- Merkmale:
  - Räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/ Kaufhaus/SB-Warenhaus)
  - Flächengröße: **mindestens 10.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsgeschäftsfläche**
  - Zentrales Management bzw. Verwaltung

### SB-GROSSHANDEL: Cash & Carry

- Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden breites Sortiment an Nahrungs-/Genußmitteln und Gebrauchsartikeln zum Weiterverkauf oder zur Verwendung im eigenen Betrieb in Selbstabholung (CARRY) gegen sofortige Bezahlung (CASH) anbietet.

o



### Abbildung 1.3

Bemessungsgrößen für Handel und Versorgung in Neubauwohngebieten entsprechend der Komplexrichtlinie, 1976

Quelle: Eigener Entwurf; Datenmaterial: <sup>1.3.1</sup>

EINRICHTUNG	BEMESSUNGS- RICHTWERT	BEMERKUNG
	m <sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner	
Verkaufsstelle für Waren des täglichen Bedarfs 1. Stufe: ständige Nachfrage	110 -130, davon 75 - 80 Nahrungs- und Genußmittel, 35 - 50 Industriewaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versorgung erfolgt ab 3.000 Einwohner durch Kaufhallen</li> <li>• Bei Einzugsbereichen von mehr als 14.000 Einwohnern und bei ausschließlich durch Kaufhallen nicht erfassbaren Zwischengrößen sind im Rahmen des Bemessungsrichtwertes ergänzende Fachverkaufsstellen für Nahrungs- und Genußmittel und für Industriewaren vorzusehen (Verkaufsstellen für Fisch/Fischwaren, für gesunde Ernährung, für Back- und Konditorwaren, für Getränke/Spirituosen/Tabakwaren, für Wild/Geflügel, für Menü/Feinkost, für Schreibwaren/Schulbedarf, für Hauswirtschaftsbedarf, für Kurzwaren, für Kosmetik).</li> </ul>
Verkaufsstelle für Waren häufiger Nachfrage 2. Stufe: Periodischer Bedarf	50	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkaufsstellen für allgemeinen Bekleidungs- und Hauswirtschaftsbedarf</li> <li>• Der Richtwert ist Anteil des Gesamtrichtwertes der 2. Stufe (100 bis 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner)</li> <li>• Eine standörtliche und räumliche Konzentration mit den Einrichtungen der 1. Stufe ist anzustreben</li> </ul>
Fachverkaufsstelle Blumen	2 - 3	

<sup>1.3.1</sup> Bauakademie der DDR: Schriftenreihe der Bauforschung: Reihe Städtebau und Architektur, Sonderheft Nr. 2: Planung von Neubauwohngebieten, Komplexrichtlinie, Berlin, 1976

## Anlage 1.4

April 1994

### 1. Thüringer Symposium "Transformationsprobleme – lösbar?!"

#### Workshop VI: "Maßnahmen und Instrumente zur Bewältigung von Transformationsproblemen in Infrastruktur- und Gewerbebereichen"

Dipl.-Ing. Christian Huck:  
Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen

##### These 1:

Mit dem Beitritt der Noch-DDR zum Bundesgebiet wurden die erheblichen Defizite in der Raumstruktur zu sofortigen Hemmnissen im Angleichungsprozeß. Dazu gehörten insbesondere

- Wirtschaftsstruktur
- Verkehrsinfrastruktur
- Dienstleistungs- und Handelsstruktur

##### These 2

Die Forderung der Bevölkerung im Beitrittsgebiet nach schnellstmöglicher Angleichung der Lebensbedingungen und die geweckten Hoffnungen darauf durch Zusagen der Politik führten zu ungeordneten Raum- und Strukturentwicklungen.

##### These 3:

Durch die Auflösung eines funktionierenden Verwaltungsapparates in den damaligen Bezirken der DDR und der nachfolgenden Länderneubildung taten sich rechtsfreie Räume auf, die zu ungeordneten, z. T. irreparablen Entwicklungen führten (überdimensionierter Einkaufscenter auf der "Grünen Wiese").

##### These 4:

Das Außerkraftsetzen bzw. Negieren vorhandener raumstruktureller Entwicklungslinien in den einzelnen Ländern mit der Präferenzierung der kommunalen Planungshoheit führte zu viel Aktionismus im Planungsgeschäft und zu wenig Erfolgen in der Realisierung. Mit dem Abbau existierender Planungsgremien des Landes, der Installation neuer Verwaltungsstrukturen und dem turnusmäßigen Wechsel entsprechend den Landtagswahlen in den umliegenden Bundesländern entstand ein reger Beamtenaustausch in diesen Planungsorganisationen mit dem Ergebnis, daß innerhalb kürzester Zeit verschiedenste Landesmodelle zum Tragen kommen sollten.

Durch das Fehlen von raumordnerischen Grundsätzen für Thüringen war allein die kommunale Planungshoheit Entscheidungsgrundlage. Die sich daraus ergebenden Fehlentwicklungen sind hinreichend bekannt. Dazu gehören überdimensionierte Gewerbegebiete, Verlagerung von Handelsstrukturen außerhalb von Ballungszentren – damit Initiierung erheblichen zusätzlichen Verkehrs.

**These 5:**

Durch die sofortige Einbindung der ostdeutschen Wirtschaft in die Konkurrenzsituation Gesamtdeutschlands und das Wegbrechen der Ostmärkte einschl. einer zögerlichen Treuhandpolitik entstanden Industriebrachen in erheblichen Größenordnungen. Der Druck nach Neuinvestitionen führte zum Flächenzugriff außerhalb der gewachsenen Strukturen. Ergebnisse sind enormer Flächenverbrauch und Landschaftszersiedelung. Gleichzeitig bieten aber diese Industriebrachen die Möglichkeit tiefgreifender Umnutzungen, sowohl in der Richtung einer Vermeidung von Gemengelagen, als auch zu Neuorientierungen in Richtung Wohnungen, Handels-/Dienstleistungsnutzung. Wegen ungeklärter Eigentumsverhältnisse und vor allen Dingen der Festlegung Rückgabe vor Entschädigung werden diese Revitalisierungsbestrebungen noch erheblich erschwert.

**These 6:**

Die gewerblichen Ansiedlungen erfolgten eher nach dem Zufallsprinzip und dem kurzfristigsten Flächenzugriff. Insbesondere spielte die Lage zu vorhandenen Verkehrsinfrastrukturen eine begünstigende Rolle. Das hatte zur Folge, daß entlang von ausgebauten Verkehrsstrassen eine Massierung an Gewerbestrukturen zu verzeichnen ist (Beispiele entlang der Autobahn A 4). Diese genannten Standorte wurden in erster Linie durch Logistikunternehmen besetzt. Eine gezielte Wirtschaftsansiedlung entsprechend vorhandener Branchen und Arbeitskräftestruktur fand nicht statt. Kommunen, Landkreise und das Land selber waren hier überfordert, da, wie oben bereits ausgeführt, Verwaltung erst abgebaut und danach wieder aufgebaut wurde.

**These 7:**

Die Bildung der neuen Länder fiel in eine Zeit des Beginns der wirtschaftlichen Rezession in Europa. Durch vom Bund zur Verfügung gestellte Transfermittel konnte diese Rezession für die altbundesdeutsche Wirtschaft um zwei Jahre aufgeschoben werden. Die in diesem Zeitraum geschaffenen wirtschaftlichen Anreize führten zu umfänglichen Investitionen des Mittelstandes in den Neuen Ländern. Die jetzt wirksame Rezession und die Angleichung der Lohnbedingungen Ost-West wird zu einem Investitionshemmnis 1. Grades. Das führt dazu, daß mit großem Aufwand erschlossene Gewerbegebiete nicht weiter aufgesiedelt werden, die Investitionen sich weiter in den "Osten" verlagern.

**These 8:**

Die Wohnungsbauentwicklung vollzog sich in der DDR in der Hauptsache im sogenannten komplexen Wohnungsbau (Plattenbau). Zum Beispiel verfügte die Stadt Erfurt 1989 über ca. 90.000 Wohnungen, davon 55.000 Wohnungen als Wohnungsneubauten nach 1945. Im Gesamtvergleich der Neuen Bundesländer liegt Thüringen mit 68 m<sup>2</sup> Wohnfläche je Wohnung und 3,1 Räumen je Wohnung an der Spitze der Neuen Bundesländer. Der Nachholebedarf ist trotzdem erheblich. Der Wunsch der Bevölkerung nach individuellen Wohnraumnutzungen ist gestiegen. Demgegenüber haben insbesondere die Städte wenig Möglichkeiten zur sofortigen Flächenbereitstellung, da in der Hauptsache Erschließungsfragen erhebliche Hemmnisse darstellten (Abwasserentsorgung). Der Trend, Wohnbauflächen auszuweisen, setzte erst Ende 1992 ein, als sich abzeichnete, daß zuviel Gewerbeflächen geplant wurden (in Gesamtthüringen ca. 10.000 ha). Um diesen Markt zu entkrampfen, wurden speziell durch das Thüringer Innenministerium in Zusammenarbeit mit der auch dafür gegründeten Landesentwicklungsgesellschaft und den Kommunen Flächen baurechtlich gesichert. Es zeigt sich folgender Trend ab: Weg von Gewerbegebieten, hin zu Wohnbauflächen. Damit ist ebenfalls eine Umwidmung von früheren GE- in WA-Flächen verbunden. Hierbei stehen aber insbesondere Probleme zukünftiger Gemengelage.

**These 9:**

Mit der Währungsunion wurde sofort ein Kaufkraftpotential aufgebaut, dem die vorhandenen Verkaufsraumflächen in der ehemaligen DDR nicht gerecht werden konnten. Die Folge davon waren die Nachnutzung von früher landwirtschaftlich genutzten Hallen. Diese Provisorien waren für eine Übergangszeit notwendig, wurden aber vielfach durch die Unkenntnis der Behörden baurechtlich gesichert. Mit dem Bevölkerungsdruck im Rücken wurden die Kommunen von den Investoren im Handelsbereich regelrecht erpreßt.

Auswüchse dessen sind vor allen Dingen in den Ballungsgebieten um Leipzig, Halle, Dresden und Chemnitz zu sehen. Solche Fehlentwicklungen konnten wiederum auch nur realisiert werden, weil landesrechtliche Regelungen nicht vorhanden waren und vom Bund, hier insbesondere dem Bundesbauministerium, lediglich Empfehlungen über die Verfahrensweisen bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben ausgegeben wurden.

Trotzdem ist es gerade in Thüringen gelungen, von einigen wenigen Ausnahmen abgesehen, ungeordnete Entwicklungen, wie sie etwa in Sachsen-Anhalt oder Sachsen entstanden sind, nicht zuzulassen. Bereits 1991 existierte ein Gremium aus Vertretern des Wirtschaftsministeriums, der Industrie- und Handelskammer, des Verbandes Thüringer Kaufleute unter Leitung des Ministeriums für Umwelt und Landesplanung mit der Zielstellung, Handelsgroßvorhaben raumordnerisch zu prüfen. Aus diesem Gremium heraus wurde eine Richtlinie über die Verfahrensweise bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben erarbeitet, die 1992 in Kraft trat.

**These 10:**

Bereits mit der Grenzöffnung DDR/BRD entstanden unter der Bevölkerung Begehrlichkeiten zum Kauf eines PKW's aus westlicher Produktion. Binnen kürzester Zeit verdoppelte sich der Motorisierungsgrad. Gleichzeitig veränderte sich der bisher staatlich verordnete Modal-Split im Wirtschaftsverkehrsbereich vom Hauptverkehrsträger Schiene zur Straße, so daß die ohnehin unterentwickelte Straßeninfrastruktur zum Kollabieren kam. Demgegenüber stand ein ausgebautes ÖPNV-Netz, das aber heutigen Qualitätsanforderungen nicht mehr standhält. Dem ist nur dadurch zu begegnen, daß

- die Straßeninfrastruktur überregional kurzfristig ausgebaut werden muß (Verkehrsprojekte Deutsche Einheit);
- Der Verkehr in den Städten aufrechterhalten werden muß durch den Bau von Umgehungsstraßen, Bau von Parkmöglichkeiten, Bau von Verknüpfungspunkten zur optimalen Nutzung der Verkehrsträger (hier insbesondere Güterverkehrszentren);
- Herstellung von intelligenten Logistiklösungen;
- Qualitätssteigerung im ÖPNV.

All die genannten Probleme müßten mehr als kurzfristig realisiert werden, scheitern aber vor allen Dingen am Planungsvorlauf. Die vom Bund erlassenen Beschleunigungsgesetze können Abhilfe schaffen, sind meines Erachtens auch zu spät initiiert worden. Am Beispiel der Verkehrsprojekte Deutsche Einheit, die ja bereits 1991 aus der Taufe gehoben wurden, ist nachvollziehbar, daß insbesondere bei Neubauvorhaben erhebliche Unsicherheiten vorhanden sind und noch keines dieser Vorhaben in Angriff genommen wurde.

Ohne eine leistungsfähige Infrastruktur (Straße, Schiene, Luft) ist auf Dauer die wirtschaftliche Entwicklung des Standortes Thüringen, eingebettet in Deutschland und Europa, nicht machbar. Thüringen wird zu einer Verkehrsdrehscheibe in Europa weiter ausgebaut werden müssen. Davon werden die gewerblichen Bereiche erheblich partizipieren.

**These 11:**

Durch die zentrale Lage Thüringens und der vorhandenen naturräumlichen Gegebenheiten bzw. Historie hat das Land ungemein günstige Voraussetzungen für den Ausbau des Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Dem steht gegenüber, daß Thüringen im harten Wettbewerb mit den umliegenden Ländern steht. Um darin zu bestehen, muß eine einheitliche Vermarktung, eine optimale Fremdenverkehrsstruktur im Verwaltungs-, Verbands- und Durchführungsbereich und eine Verkehrsstruktur entstehen. Es genügt nicht, Thüringen als "Klassikerstraße" allein zu vermarkten. Hier ist eine Symbiose aus Stadt und Umland in der Vermarktung anzubieten. Die vom Land bereitgestellten Fördermittel sind im Tourismusbereich nicht im Gießkannenprinzip, sondern konzentriert auf weniger Einzelvorhaben und vor allen Dingen auf infrastrukturelle Maßnahmen anzuwenden.

## Resümee

Die umfänglichen Transformationsprobleme hätten nach meiner Auffassung schneller und kurzfristiger gelöst werden können, hätte man eine intakte Verwaltungsstruktur erhalten, die vorhandenen Gesetzmäßigkeiten lediglich modifiziert, vorhandene raumordnerische Grundpläne weiter verwendet und ebenfalls nur modifiziert.

Inzwischen sind die Grundsätze zur Raumordnung rechtskräftig (Landesentwicklungsprogramm), an dem die IHK ebenfalls mitgewirkt hat. Es geht darum, diese Strukturen Realität werden zu lassen. Dabei hat Thüringen gute Chancen in seiner Entwicklung, zieht man insbesondere das Wirtschaftswachstum zu Rate.

Für den raumstrukturellen Aufbau zeichnen sich kurzfristig folgende Handlungsfelder ab:

- beschleunigter Ausbau der Verkehrsinfrastruktur entsprechend den Grundsätzen zu Verkehrsprojekten Deutsche Einheit einschließlich der spezifizierten Vorstellung des Landes;
- Beschränkung im weiteren Flächenverbrauch durch restriktives Vorgehen gegenüber Neuplanungen, besonders im gewerblichen Bereich;
- Erhalt und Weiterentwicklung der Stadtstrukturen durch Umnutzung von Industriebrachen, Aufwertung der Stadtzentren durch Handels- und Dienstleistungsbereiche (dabei müssen Lösungen für die verkehrliche Erreichbarkeit der Städte mit einfließen);
- Modernisierung und Erhöhung der Attraktivität der vorhandenen Wohnbauflächen in Plattenbauweise. Insbesondere ist hier Augenmerk auf die Umfeldgestaltung zu legen, um rascher zu sichern, daß diese Gebiete nicht sozial abgleiten. Die Privatisierung dieser Flächen ist behutsam vorzunehmen und nur in den Bereichen lukrativ, wo neben einer sehr guten Standortattraktivität auch das Umfeld stimmt.

Die aufgezeigten Handlungsfelder und deren Lösung sollen dazu dienen, die vorhandenen Siedlungsstrukturen zu erhalten und nur unwesentlich zu arrondieren. Damit ist die Gewähr gegeben, neben sparsamem Flächenverbrauch Verkehr zu vermeiden. Dieser Prozeß wird sich meiner Auffassung nach mindestens über eine Dekade hinziehen, während der Angleichungsprozeß, an die Entwicklung der Alten Bundesländer gekoppelt, in einem weiträumigeren Zeitraum zu suchen ist.

## Anlage 2.1

Verkaufsstellennetzplanung in der DDR mit Gestaltung und Entwicklung des Verkaufsstellennetzes, Prinzipien der Netzplanung mit Ausstattungskategorien der zentralen Orte, Normative der Netzplanung

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>2.1.1</sup>

### Gestaltung und Entwicklung des Verkaufsstellennetzes in der DDR

GRUNDLAGEN DER NETZPLANUNG	
Zentrale Planvorgaben, allgemein verbindliche Normative, Orientierungskennziffern und Prinzipien	
Bezirkliche Grundlinie der Entwicklung und Gestaltung des Verkaufsstellennetzes unter Beachtung der Grundsatzbeschlüsse der SED bzw. des Ministeriums für Handel und Versorgung und des Bezirkstages	
Inhalt der Bezirklichen Grundlinie	
Wertung der Wirkung relevanter volkswirtschaftlicher und territorialer Einflußfaktoren auf das bezirkliche Verkaufsstellennetz, wie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfang und Struktur der Geldeinnahmen und -ausgaben der Bevölkerung</li> <li>• Warenfonds u. Warenumsatz</li> <li>• Bevölkerungsentwicklung und -struktur</li> <li>• Standortverteilung der Produktivkräfte</li> <li>• Siedlungsstruktur/Verkehrerschließung</li> </ul>	Bestimmung des Kapazitätsbedarfes entsprechend der Kennziffern Umsatz/m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (VRF) für den Gesamtbezirk und nach Kreisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handlungsspielraum der Handelsbetriebe beschränkte sich auf Vorschläge für den Neubau, die Rekonstruktion u. Modernisierung sowie die Sortimentsprofilierung</li> </ul>	

<sup>2.1.1</sup> Wackernagel, Peter: Verkaufsstellennetzplanung in der ehemaligen DDR, in: Standortpolitik des Einzelhandels, DHI, 1991

## Prinzipien der Netzplanung

1. PRINZIP DER KOMPLEXREGIONALEN ORGANISATION DES VERKAUFSSTELLENNETZES		
<u>Ziel:</u> allseitige (komplexe) und bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung durch ein entsprechend proportioniertes Verkaufsstellennetz mit zumutbaren Einkaufswegen.		
Versorgungsgebiete	Versorgungsteilgebiete	Versorgungsbereiche
Groß- und Mittelstädte sowie die Kreise	Stadtteile und Stadtbezirke der Städte: Siedlungszentrum mit umfassendem Gebiet	kleinste Gliederungseinheit: traditionell gewachsene, organisch zusammenhängende Wohngebiete, kleine und mittlere Gemeinden bildeten einen Versorgungsbereich
Zentrale verkehrliche Erreichbarkeit des Zentrums:	Zentrale verkehrliche Erreichbarkeit des Zentrums:	Zentrale verkehrliche Erreichbarkeit des Zentrums:
mit öffentlichen Verkehrsmitteln: in 45 - 60 Minuten	mit öffentlichen Verkehrsmitteln: in 20 - 30 Minuten	8 - 10 Minuten Fußweg (dichtbesiedelt) 10 - 15 Minuten Fußweg (dünnbesiedelt)
Nachteile der regionalen Gliederung nach administrativen Grenzen:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>nur bedingte Berücksichtigung der tatsächlichen Käuferinzugsbereiche und bestehender Einkaufsstrukturen</li> </ul>		



2. PRINZIP DES GESTUFTEN KONZENTRIERTEN AUFBAUES DES VERKAUFSSTELLENNETZES		
Aufbau eines 3-stufigen Verkaufsstellennetzes entsprechend der Nachfrage nach den verschiedenen Warentypen		
1. STUFE	2. STUFE	3. STUFE
Angebot von Waren u. Leistungen <b>ständiger Nachfrage</b> in unmittelbarer Nähe der Wohnung	Angebot von Waren und Leistungen <b>häufiger Nachfrage</b> in den ländlichen Siedlungszentren, Zentren der Kleinstädte u. kleinen Mittelstädte sowie Stadtteilzentren der großen Mittelstädte und Großstädte	Angebot von Waren u. Leistungen <b>seltener Nachfrage</b> in den Zentren der großen Mittelstädte und Großstädte sowie der übrigen Kreisstädte
<b>Gesamtsortiment</b>	<b>Gesamtsortiment</b>	<b>Gesamtsortiment</b>
Nahrungs- und Genußmittel ohne Delikat	Schulbedarfsartikel, Schuhe und Lederwaren	Exquisit, Möbel, Kulturwaren, Sportartikel, Raumtextilien, Pelze, Elektroakustik, Gebrauchtwaren, Antiquitäten, Sammlerbedarf, Zoologika, Straßenfahrzeuge
<b>Teilsortimente:</b>	<b>Teilsortimente:</b>	<b>Teilsortimente:</b>
Strumpfwaren, Trikotagen, Kurz- und Miederwaren, Papierwaren und Bürobedarf, Haushalts- und Wirtschaftswaren, Eisenwaren/Werkzeuge und Elektromaterial	Delikaterzeugnisse, Artikel für die Körper- und Gesundheitspflege, Stoffe, Raumtextilien, konfektionierte Oberbekleidung, Strumpfwaren, Handschuhe, Kopfbekleidung, Trikotagen, Leib- u. Haushaltswäsche, sonstige Konfektions- und. Näherzeugnisse, Kurz- u. Modewaren, Uhren/Schmuck, Kulturwaren, Sportartikel, Papierwaren u. Bürobedarf, polygraphische Erzeugnisse, Haushalts- u. Wirtschaftswaren, Eisenwaren/Werkzeuge, Raucherbedarfsartikel, Pflanzenschutz- u. Schädlingsbekämpfungsmittel, Baustoffe, Nutzholz, feste- u. flüssige Brenn-, Kraft-, Heiz- u. Leuchtstoffe, Lacke/Farben/Tapeten, Kfz-Ersatz- u. Zubehörteile sowie Betriebs- u. Pflegemittel, Gebrauchtwaren	der in der 2. Stufe angebotenen Industriewarensortimente

Nachteile:

- Beseitigung des Sortiments-Pluralismus und Ersatz durch Versorgungsuniformität und graue Eintönigkeit im Stadtbild
- Verhinderung der Standorterschließung in peripheren Lagen

**Normative der Netzplanung**

<b>NORMATIVE DER NETZPLANUNG</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Richtwert: Warenumsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</li> <li>• Richtwert: m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner</li> </ul>			
Orientierungswerte zur Planung der Ausstattung mit Verkaufsfläche nach Siedlungsgruppen			
Konzentrations- stufe	Nahrungs- Genußmittel	Industriewaren	Verkaufsfläche gesamt in
	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> /1.000 EW	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> /1.000 EW	m <sup>2</sup> /1.000 EW
1. Stufe	127	30	157
2. Stufe	20	88	98
3. Stufe		35	45
Gesamt	147	153	300
	Umsatzanteile in %	Umsatzanteile in %	Umsatzanteile in %
1. Stufe	80 - 85	15 - 20	48 - 50
2. Stufe	15 - 20	60	36
3. Stufe		20 - 25	14 - 16

<b>NEUBAUGEBIETE</b> Wohngebietsgröße	<b>Waren täglicher Bedarf</b> Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> /1.000 EW	<b>Industriewaren</b> Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> /1.000 EW
> 10.000 Einwohner	110 - 130	40 - 60
< 10.000 Einwohner	70 - 90	30 - 40

## Anlage 2.2

Fehldimensionierte Handelsflächen um Erfurt am Standort Egstedt

Quelle: Eigene Ermittlungen

### FALLBEISPIEL: EGSTEDT

AUSGANGSLAGE																												
Planung eines <b>Einkaufs- und Gewerbeparkes</b> südlich der Landeshauptstadt Erfurt am Steiger gelegen, zwischen der B 4 und LIO 49 in 2 km Abstand zur A 4 in der Gemeinde EGSTEDT.																												
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Planungsunternehmen:</b> GEG (Gesellschaft für Einkaufszentren und Gewerbeansiedlung mbH &amp; CO, Ahrensburg, Große Straße 2</li></ul>																												
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Planungsinhalt:</b> Mischung von Handelsbetrieben und produzierenden Unternehmen auch unter dem Hintergrund der Subventionierung der Gewerbebetriebsmieten durch die Handelsbetriebe</li></ul>																												
<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<table><tr><td><b>Flächen:</b> SB-Warenhaus</td><td>10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</td><td></td></tr><tr><td>Bau- u. Heimwerkermarkt</td><td>8.800 m<sup>2</sup></td><td></td></tr><tr><td>Gartencenter</td><td>5.000 m<sup>2</sup></td><td><b>HANDEL</b></td></tr><tr><td>Cash &amp; Carry-Markt</td><td>12.000 m<sup>2</sup></td><td><b>GESAMT:</b></td></tr><tr><td>Fachmärkte</td><td>36.500 m<sup>2</sup></td><td><b>71.850 m<sup>2</sup></b></td></tr><tr><td>Büroflächen</td><td>15.000 m<sup>2</sup></td><td></td></tr><tr><td>Produzierendes Gewerbe</td><td>271.500 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche</td><td></td></tr><tr><td>Handwerkerhof</td><td>20.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche</td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td>Hotel mit 600 Betten</td></tr></table>	<b>Flächen:</b> SB-Warenhaus	10.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche		Bau- u. Heimwerkermarkt	8.800 m <sup>2</sup>		Gartencenter	5.000 m <sup>2</sup>	<b>HANDEL</b>	Cash & Carry-Markt	12.000 m <sup>2</sup>	<b>GESAMT:</b>	Fachmärkte	36.500 m <sup>2</sup>	<b>71.850 m<sup>2</sup></b>	Büroflächen	15.000 m <sup>2</sup>		Produzierendes Gewerbe	271.500 m <sup>2</sup> Grundstücksfläche		Handwerkerhof	20.000 m <sup>2</sup> Grundstücksfläche				Hotel mit 600 Betten
<b>Flächen:</b> SB-Warenhaus	10.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche																											
Bau- u. Heimwerkermarkt	8.800 m <sup>2</sup>																											
Gartencenter	5.000 m <sup>2</sup>	<b>HANDEL</b>																										
Cash & Carry-Markt	12.000 m <sup>2</sup>	<b>GESAMT:</b>																										
Fachmärkte	36.500 m <sup>2</sup>	<b>71.850 m<sup>2</sup></b>																										
Büroflächen	15.000 m <sup>2</sup>																											
Produzierendes Gewerbe	271.500 m <sup>2</sup> Grundstücksfläche																											
Handwerkerhof	20.000 m <sup>2</sup> Grundstücksfläche																											
		Hotel mit 600 Betten																										
<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<b>Planungsbeginn:</b> Sommer 1990																											
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Zum damaligen Planungsbeginn wäre dieses überregionale Einkaufszentrum an nicht integriertem Standort zum zweitgrößten Einkaufszentrum in Ost-Deutschland geworden.</b></li></ul>																												

NEGATIVE AUSWIRKUNGEN	
•	Erhebliche negative Auswirkungen auf die sich entwickelnde Handelsstruktur der Stadt Erfurt
•	Kaufkraftentzug und damit geringere Investitionsbereitschaft des innerstädtischen Handels
•	Verhinderung einer organischen Stadtentwicklung von innen nach außen
•	Ausbleiben der verbrauchernahen Versorgung
•	Arbeitsplatzabbau im Facheinzelhandel
•	Verkehrskollaps auf der B 4

ZIELVORSTELLUNGEN	
•	Erhebliche Minimierung der Handelsflächen, insbesondere des innenstadtrelevanten Anteils bei Sicherung der in Aussicht gestellten Unternehmensansiedlungen

PROBLEMLÖSUNG/VERFAHRENSDARSTELLUNG	
71.850 m <sup>2</sup> VFI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkaufs- und Gewerbepark Egstedt - Planungsbeginn Sommer 1990</li> <li>• Stellungnahme der IHK Erfurt vom 12.11.1990 mit der Forderung nach Durchführung eines Raumordnungsverfahrens unter Beteiligung der angrenzenden Kommunen</li> <li>• Positiver Bescheid der Bezirksverwaltungsbehörde Erfurt, Abteilung Regionalentwicklung vom 10.12.1990 zur geplanten Größenentwicklung des Einkaufs- und Gewerbeparks</li> <li>• Aufstellung des <b>Vorhaben- und Erschließungsplanes Nr. 1 der Gemeinde Egstedt vom 31.05.1991</b></li> <li>• Ablehnende Stellungnahme des Oberbürgermeisters der Stadt Erfurt vom 17.09.1991 ohne von der Gemeinde Egstedt in das Verfahren einbezogen worden zu sein</li> <li>• Stellungnahmen der IHK Erfurt vom 27.06. und 14.11.1991 mit der Grundforderung, die Handelsflächen mit Innenstadtrelevanz erheblich zu reduzieren</li> <li>• Schreiben der IHK Erfurt an den Innenminister vom 18.11.1991 mit der Forderung zur Einigung der beteiligten Kommunen</li> <li>• Festlegungsprotokoll des Thüringer Umweltministeriums, Abt. Landesplanung vom 20.01.1992 unter Einbeziehung des Umweltministers, der beteiligten Gemeinden Erfurt, Egstedt u. Waltersleben, des Landrates u. des Präsidenten der regionalen Planungsversammlung Mitte mit dem Ergebnis: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zustimmung zum Gewerbepark mit 48 ha</li> <li>• Handelsflächengröße von <b>max. 30.000 m<sup>2</sup></b> für großflächige, nichtzentrumsrelevante Einzelhandelsvorhaben sowie <b>max. 3.000 m<sup>2</sup></b> für kleinflächigen Einzelhandel, einschließlich SB-Anteil</li> </ul> </li> </ul>
71.850 m <sup>2</sup> VFI	
71.850 m <sup>2</sup> VFI	
<i>Grundsätzliche Handelsflächenminimierung</i>	
33.000 m <sup>2</sup> VFL	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutachten der HBS Consulting Partners (10.03.1992) zum Problem von Zentrenrelevanz und Verkaufsflächenbedarf des Einkaufs- und Gewerbeparks (Auftraggeber Thüringer Landesverwaltungsamt) mit den Empfehlungen: Raumverträglichkeit von <b>33.000 m<sup>2</sup></b> unter Beachtung eines entsprechenden Branchenmixes (SB-Warenhaus: 7.000 m<sup>2</sup>, Heimwerkermarkt: 5.500 m<sup>2</sup>, Fachmärkte für Teppich, Elektro, Schuhe, Textil, Autozubehör)</li> <li>• Stellungnahme der Stadt Erfurt vom 26.03.1992 mit der Bekräftigung der negativen Auswirkungen der Handelsflächen auf die eigene Handelsstrukturentwicklung und die Auswirkungen auf den Finanzhaushalt</li> <li>• <b>Zustimmung zum Standort durch die Stadt Erfurt vom 28.04.1992</b></li> <li>• <b>Widerruf der Zustimmung der Stadt Erfurt zum Vorhaben wegen Nichtübereinstimmung mit den Grundsätzen des Landesentwicklungsprogrammes vom 25.06.1992</b></li> <li>• <b>Bebauungsplan Nr. 1 der Gemeinde Egstedt vom 27.07.1992</b></li> <li>• mit insgesamt 33.000 m<sup>2</sup>, davon 17.240 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz</li> </ul>
33.000 m <sup>2</sup> VFL	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anhörung zum Genehmigungsverfahren Einkaufs- und Gewerbepark Egstedt am 12.11.1992 im Rathaus der Stadt Erfurt unter Beteiligung des Investors GEG, Verband Thüringer Kaufleute, Landesverband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels, Staatskanzlei, Landrat Erfurt-Land, Stadtparteifraktionen, IHK Erfurt vertreten durch den Verfasser: Für die Standortentwicklung einschließlich der 33.000 m<sup>2</sup> Handel sprachen sich nur der <b>Investor, der Landrat und die Staatskanzlei</b> aus.</li> <li>• Stellungnahme der Stadt Erfurt vom 03.12.1992 zum B-Plan (OHNE VON DER GEMEINDE EGSTEDT ZU EINER STELLUNGNAHME ALS PFLICHTGEMÄSSER TRÄGER AUFGEFORDERT WORDEN ZU SEIN) mit dem Abwägungsergebnis der <u>Akzeptanz von 33.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</u> davon Zentrumsrelevanz mit 5.000 m<sup>2</sup> als Obergrenze</li> <li>• Gespräch des Investors GEG mit dem Innenminister (CDU) dem Oberbürgermeister der Stadt Erfurt (CDU), dem persönl. Referenten des Ministers der Staatskanzlei am 27.01.1993 mit dem Vorschlag des Innenministers, den Gewerbepark Egstedt nach Nohra (ehemalige GUS-Liegenschaft) zu verlagern: <u>Standortablehnung durch den Investor</u></li> <li>• Bildung einer Bürgerinitiative in Egstedt: Pro Einkaufs- und Gewerbepark am 16.02.1993</li> <li>• Anhörung zum Gewerbe- und Sondergebiet Egstedt/Waltersleben im Thüringer Landesverwaltungsamt unter Leitung des Vizepräsidenten am 18.02.1993 mit den beteiligten Kommunen Erfurt, Egstedt, Arnstadt, den Landräten von Erfurt-Land und Arnstadt, dem Investor GEG, den Planungsabteilungen des Landesverwaltungsamtes und der IHK Erfurt, vertreten durch den Verfasser</li> </ul>
<b>10.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellungnahme des Landesverwaltungsamtes - Der Vizepräsident - zum Bebauungsplan Nr. 1 "Einkaufs- und Gewerbepark Egstedt/Waltersleben" vom 21.04.1993: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkaufsflächengrößen von <b>10.000 m<sup>2</sup>,</b> davon nichtinnenstadtrelevante Sortimente <b>7.000 m<sup>2</sup></b> und Verbrauchermarkt/Nahversorgung <b>3.000 m<sup>2</sup></b></li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressekampagne des Investors GEG in der Berliner Zeitung vom 17./18.04.1993, Neues Deutschland vom 28.04.1993, Neue Zeit vom 27.04.1993, Die Wirtschaft Heft 24/1993 vom 17.06.1993 mit der Grundtendenz: <b>Stadt Erfurt verhindert 5.000 Arbeitsplätze</b></li> <li>• Pressekonferenz des Investors am 7.06.1993 mit der Präsentation der ansiedlungswilligen ausländischen Unternehmen im gewerblichen Bereich: Vorabprüfung der Unternehmen durch die IHK Erfurt über die AHK'n mit dem Ergebnis der z.T. sehr widersprüchlichen Firmenangaben</li> <li>• Sitzung des Wirtschaftsausschusses der CDU (Stadt Erfurt) unter Beteiligung des Ministers der Staatskanzlei (CDU) und seines persönl. Referenten mit der <b>Befürwortung</b> des Einkaufs- und Gewerbeparks Egstedt. Gegenstimmen kamen von den städtischen Abgeordneten der CDU-Fraktion und dem Baureferenten der Stadt Erfurt.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>KONZERTIERTE Presse-Aktion der IHK Erfurt unter Einbeziehung des Verbandes der Thüringer Kaufleute, des Landesverbandes der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels und der Stadtparteifractionen im Mai/Juni 1993</li> <li>Aufsatz des Verfassers zum Thema Großflächiger Einzelhandel in der Zeitschrift IHK-Wirtschaftsinformation Heft 6/1993</li> </ul>
33.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufstellung der <b>Bebauungspläne Nr. 1 der Gemeinden Egstedt u. Waltersleben vom 03.06.1993</b> mit der Offenlegung bis Juli 1993: Planungsinhalt: 33.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon 17.240 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz</li> </ul>
10.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stellungnahmen der IHK Erfurt vom 08.07.93 und 29.11.1993 zur Einhaltung der vom Landesverwaltungsamt vorgegebenen Handelsflächenobergrenze und die nunmehr freien Flächen für gewerbliche Nutzung umzuwidmen</li> </ul>
16.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufstellung der <b>Bebauungspläne Nr. 1 der Gemeinden Egstedt und Waltersleben vom 26.10.1993</b> mit Offenlegung bis November 1993: Änderung der Verkaufsflächen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Maximale Verkaufsfläche von 16.000 m<sup>2</sup></li> <li>davon innenstadtrelevant: 4.850 m<sup>2</sup></li> </ul> </li> </ul>
10.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stellungnahme der IHK Erfurt (29.11.93) zum B-Plan mit den Forderungen, die Handelsflächengröße auf 10.000 m<sup>2</sup>, davon 3.000 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz zu beschränken: Ablehnung des geänderten B-Planes</li> </ul>
35.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ausstieg des Investors GEG und der Handelsgruppe ASKO</b></li> <li><b>Einstieg des Investors Kurt Krieger, Berlin, in die laufenden Planungen, mit dem Ziel, einen Großmöbelstandort auf einer Fläche von 13 ha für IKEA (10.000 m<sup>2</sup>) und Höffner (25.000 m<sup>2</sup>) zu entwickeln</b></li> <li><b>Gleichzeitige Zusage zur Entwicklung des Gewerbegebietes von 22 ha zur Schaffung von 1.000 Arbeitsplätzen</b></li> </ul>
31.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zustimmung des Rates der Stadt Erfurt vom 19.01.1994 zur Ansiedlung der Möbelhäuser Höffner mit 25.000 m<sup>2</sup> und IKEA mit 10.000 m<sup>2</sup> VKFL und eines Gewerbegebietes zur Schaffung von ca. 1.000 Arbeitsplätzen</li> <li>Stellungnahme der IHK Erfurt vom 04.02.1994 zur Landesplanerischen Abstimmung gegenüber dem Landesverwaltungsamt mit der Festschreibung von folgenden raumverträglichen Größen: <ul style="list-style-type: none"> <li>IKEA-VKFL mit 10.000 m<sup>2</sup></li> <li>Möbel-Höffner mit 21.000 m<sup>2</sup> unter Wegfall des Möbelstandortes Legefild (Befürwortung durch Raumordnung mit 13.000 m<sup>2</sup> VFL)</li> </ul> </li> </ul>
28.000 m <sup>2</sup> VFL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufstellung der <b>Bebauungspläne Nr. 1 der Gemeinden Egstedt und Waltersleben vom 25.05.1994</b> mit Offenlegung bis Juni 1994 mit der textlichen Festsetzung eines „Sonstigen Sondergebietes“ mit max. 28.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für <u>Möbel-, Einrichtungshäuser und SB-Möbelmärkte</u>: Ausgeschlossen werden Handelsbetriebe mit Innenstadtrelevanz</li> <li>Ziel des B-Planes: Realisierung der Möbelhäuser IKEA und Höffner</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellungnahme der IHK Erfurt vom 24.06.1994 mit der grundsätzlichen Befürwortung zum Handelsstandort und der kurzfristigen Aufsiedlung des gewerblichen Teilgebietes</li> </ul>
<b>28.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Landesplanerische Beurteilung des Landesverwaltungsamtes vom 01.06.1994 mit der Festlegung folgender Verkaufsflächenobergrößen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtfläche mit 28.000 m<sup>2</sup> VKFL, davon Höffner mit 18.000 m<sup>2</sup>,</li> <li>• davon 1.900 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortverlagerung an die Autobahnanschlußstelle Erfurt-West (13.11.1995) gegenüber dem bereits vorhandenen Büropark Waltersleben mit einer Gesamtverkaufsfläche von <b>35.000 m<sup>2</sup></b> (24.000 m<sup>2</sup> Höffner, davon 2.000 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz und 11.000 m<sup>2</sup> für IKEA, davon 2.000 m<sup>2</sup> mit Innenstadtrelevanz)</li> <li>• <b>Wegfall des Gewerbegebietsteiles, aber anteilige Übernahme der Baukosten für den städtischen Hauptsammler Nr. 21!</b></li> </ul>
<b>28.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	Ablehnung dieser Standortgrößenentwicklung in der Stellungnahme der IHK Erfurt vom 21.10.1995 gegenüber der Stadtverwaltung Erfurt mit der Forderung nach einem erneuten Raumordnungsverfahren und der Befürwortung von: 18.000 m <sup>2</sup> für Höffner, 10.000 m <sup>2</sup> für IKEA bei Beschränkung der innenstadtrelevanten Anteile auf insgesamt 1.900 m <sup>2</sup>
<b>35.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	Aufstellung des <b>Bebauungsplanes der Stadt Erfurt "Im großen Felde - WAL 428"</b> mit den Verkaufsflächenfestschreibungen von 11.000 m <sup>2</sup> für IKEA und 24.000 m <sup>2</sup> für Höffner mit einem gesamten innenstadtrelevanten Anteil von 1.900 m <sup>2</sup>
	Stellungnahme der IHK Erfurt zur Landesplanerischen Abstimmung vom 05.06.1996 mit der Akzeptanz der Gesamtverkaufsfläche (11.000 m <sup>2</sup> für IKEA, 24.000 m <sup>2</sup> für Höffner) unter folgenden Einschränkungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Vergrößerung der Verkaufsfläche um 7.000 m<sup>2</sup> hat aufgrund des angebotenen Sortiments keine maßgebliche Negativbeeinflussung auf den Handel der Erfurter Innenstadt</li> <li>• der innenstadtrelevante Anteil bleibt bei 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsraumfläche</li> <li>• Forderung des Ausschlusses der Möbelansiedlung in Arnstadt, Am Mühlweg (8.500 m<sup>2</sup> VKFL wurden raumordnerisch bereits genehmigt)</li> <li>• Stellungnahme der IHK Erfurt zum Bebauungsplan vom 25.07.1996 mit dem Inhalt analog der Stellungnahmen vom 05.06.96 gegenüber dem Landesverwaltungsamt mit den Zusätzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textliche Festsetzungen im B-Plan zur genauen Definition der innenstadtrelevanten Randsortimente</li> <li>• Festschreibung der Verkaufsflächen für die Nutzer IKEA und Höffner</li> </ul> </li> <li>• Bei Wegfall eines der Nutzer entfällt die Fläche ersatzlos</li> </ul>
<b>35.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	

<b>35.000 m<sup>2</sup> VFL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erteilung der B-Planreife gemäß § 33 des Baugesetzbuches durch das Thüringer Landesverwaltungsamt am 23.12.1996</li> <li>• Rückzug von IKEA als Einzelhandelsstandort - aber Bau des Logistikstandortes im GVZ Erfurt-Vieselbach</li> <li>• Eröffnung von "Möbel Höffner" am <b>01.09.1997</b></li> </ul>

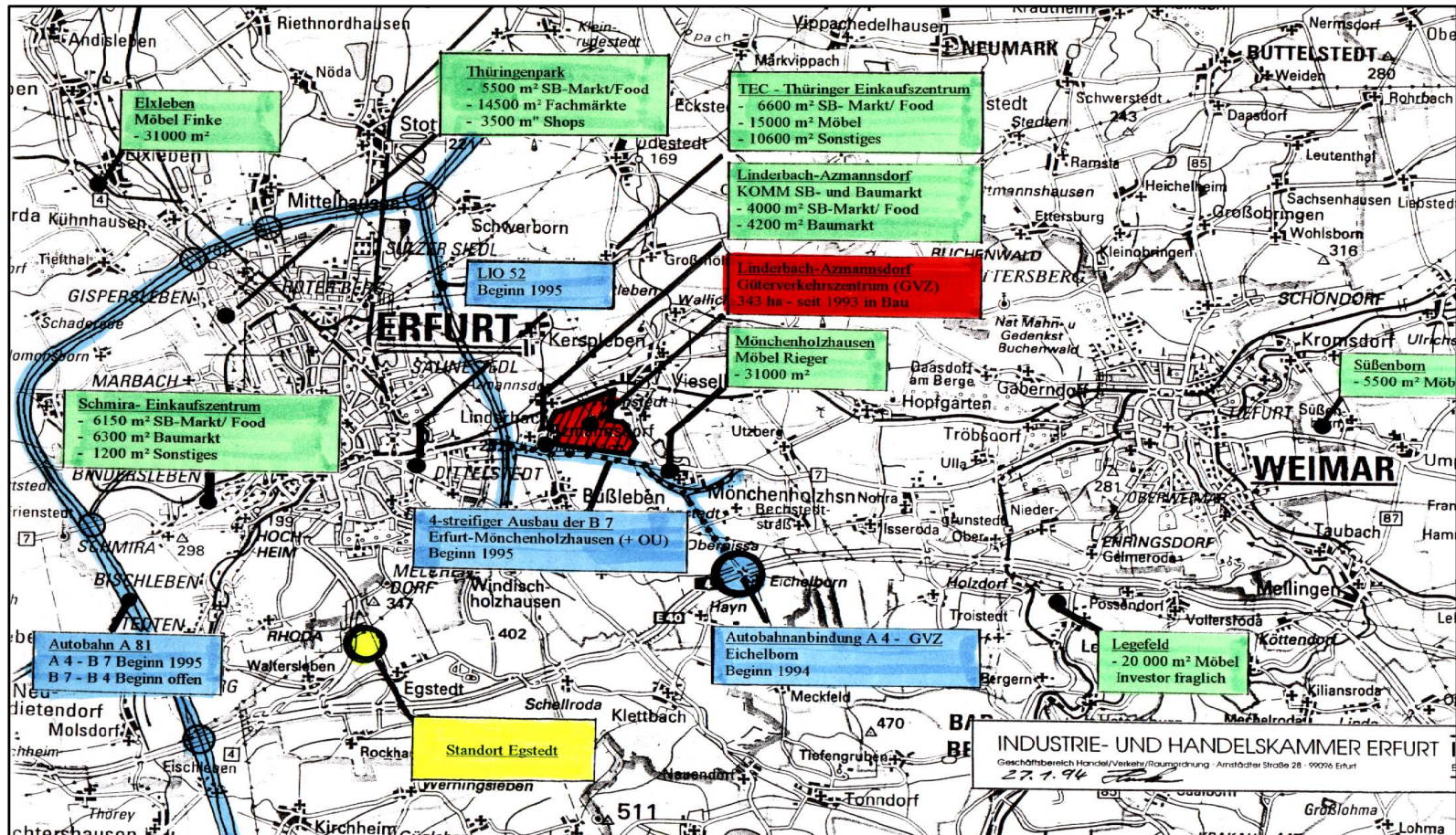
<b>ERGEBNISSE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<p>Durch den Investor GEG wurde mit einer Mischung von Handel und Gewerbe versucht, die wegen der verschärfenden Arbeitsmarktsituation unter Druck geratenen politischen Handlungsträger zu einer Genehmigung eines nichtintegrierten, überdimensionierten Einkaufszentrums zu motivieren.</p> <p>Die vielfältigen Aktionen aller Beteiligten führten zu einer erheblichen Flächenreduzierung von ursprünglich <b>71.850 m<sup>2</sup></b> auf eine Größe von 10.000 m<sup>2</sup>, was zum Ausstieg des bisherigen Investors führte. Die darauffolgende Entwicklung als Möbelstandort hatte eine Gesamtfläche von 35.000 m<sup>2</sup> zur Folge, wovon allerdings nur Höffner mit <b>24.000 m<sup>2</sup> VKFL</b> gebaut wurde.</p>
<b>Die Zusagen zur gewerblichen Entwicklung wurden nicht eingehalten.</b>	

VFL	= Verkaufsfläche
-----	------------------

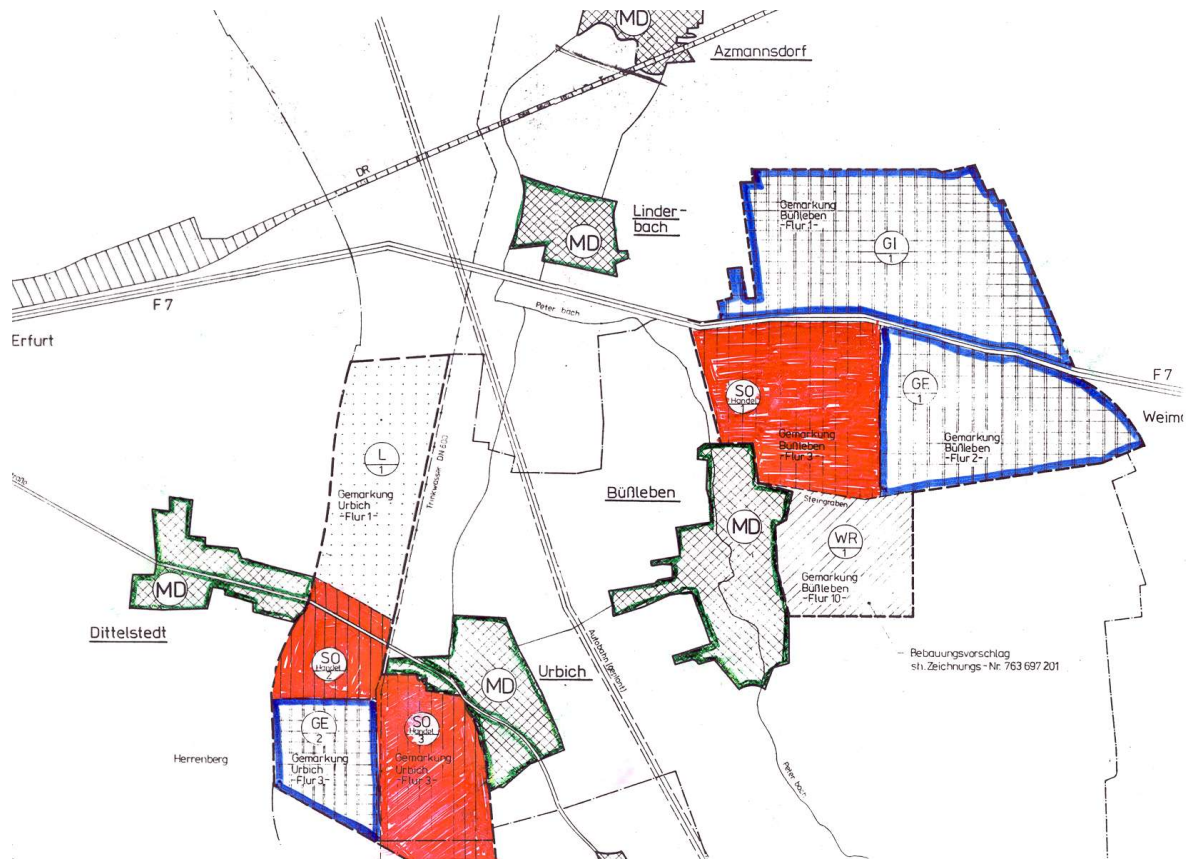


# ANLAGE 2.3: KARTE DER MÖBELHANDELSFLÄCHEN UND EINKAUFS-CENTER IN UND IM UMFELD VON ERFURT

QUELLE: EIGENER ENTWURF, IHK ERFURT 1994



**ANLAGE 2.4 : BEISPIEL FÜR FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNGEN IM STÄDTISCHEN UMFELD: ERFURT - SÜDOST  
PLANUNGSSTAND 1991**



### Anlage 2.10

Fehldimensionierte Handelsflächen in und um Nordhausen

Quelle: Eigene Ermittlungen

## FALLBEISPIEL: NORDHAUSEN

AUSGANGSLAGE	
•	Für Nordhausen wurde durch die BBE Februar/März 1992 ein Konzept zur räumlichen Ordnung unter besonderer Berücksichtigung der Einzelhandelsversorgung erstellt. Im Umfeld Nordhausens, so in den Gemeinden Bielen, Sundhausen und Niedersachswerfen wurden großflächige Einzelhandelsstandorte beplant.
•	Speziell wurde durch die Gemeinde Bielen ein Einkaufszentrum mit <b>18.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</b> beplant: Im Raumordnungsverfahren wurden aber nur <b>9.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</b> mit der Splittung <ul style="list-style-type: none"><li>• 4.000 m<sup>2</sup> Baumarkt</li><li>• 4.000 m<sup>2</sup> Möbelmarkt</li><li>• 700 m<sup>2</sup> Lebensmittelmarkt</li><li>• 300 m<sup>2</sup> Sonstiges</li></ul> raumordnerisch akzeptiert.
•	<b>Das Landratsamt Nordhausen erteilte die Genehmigung für 18.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.</b>

PROBLEMLÖSUNG	
•	Sensibilisierung aller Akteure und der Öffentlichkeit
•	Presseaktivitäten der IHK Erfurt (Pressemitteilung vom 26.03.1993)
•	Gemeinsamer Standpunkt der IHK mit der Stadt Nordhausen zur Sicherung des innerstädtischen Handelsstandortes
•	Normenkontrollverfahren der Stadt Nordhausen gegen Bielen unter Mitwirkung der IHK Erfurt, vertreten durch den Verfasser und das Landesverwaltungsamt.

ERGEBNISS	
•	<b>In Bielen entsteht kein großflächiger Einzelhandelsstandort.</b>

### Anlage 2.11

Entwicklungsdarstellung raumstruktureller Kategorien im Rahmen der LEP-Bearbeitung

Quelle: Eigene Ermittlungen

<b>RAUM- STRUKTUR- RELLE KATE- GORIEN</b>	<b>LEP-ENTWURF VOM NOVEMBER 1991</b>	<b>LEP-ENTWURF VOM MAI 1992</b>	<b>LEP- VERORDNUNG VOM 10. NOVEMBER 1993</b>
<b>Regionale Entwick- lungsräume</b>	Erfurt - Weimar, Jena, Gera, Suhl/Zella-Mehlis - Meiningen, Nordhausen- Sondershausen		
<b>Schwerpunkt- räume mit extensiver Entwicklung</b>		Altenburg-Schmölln, Eisenach, Eisenberg-Hermsdorf, Erfurt-Arnstadt- Sömmerda, Gera, Gotha, Greiz, Ilmenau, Jena-Stadtroda, Mühlhausen, Nordhausen-Sonders- hausen, Rudolstadt-Saalfeld- Pößneck, Schleiz, Sonneberg, Suhl/Zella-Mehlis- Schleusingen- Meiningen, Weimar-Apolda	
<b>Verdichtungs- räume</b>			Erfurt-Arnstadt, Jena-Stadtroda, Gera

<b>Entwicklungsschwerpunkte</b>	Altenburg, Eisenach, Gotha, Greiz, Ilmenau, Mühlhausen, Rudolstadt-Saalfeld, Sonneberg		
<b>Zentren mit intensiver Entwicklung</b>		Artern, Bad-Langensalza, Bad Salzungen, Heiligenstadt, Hildburghausen, Lobenstein, Neuhaus am Rennweg, Schmalkalden, Worbis/Leinefelde, Zeulenroda	
<b>Räume mit Verdichtungstendenzen</b>			Zentrale Orte höherer Stufe und deren unmittelbares Umland (Ausweisung in den Regionalen Raumordnungsplänen)
<b>Ländliche Räume mit überwiegend agrarstrukturellen Entwicklungsaufgaben</b>	Thüringer Becken einschl. nordostthüringisches Ackerhügelland, nördliches Eichsfeld, Goldene u. Diamantene Aue, Unstrutau um Artern, Grabfeld	Thüringer Becken einschl. nordostthüringisches Ackerhügelland, Goldene Aue, Unstrutau um Artern, Gebiet südlich des Thüringer Waldes	



<b>Räume mit bedeutsamen agrarstrukturellen Aufgaben</b>			Thüringer Becken einschl. nordostthüringisches Ackerhügelland, Goldene Aue, Unstrutau um Artern
<b>Ländliche Räume mit überwiegend Fremdenverkehrs- und Erholungsaufgaben</b>	Thüringer Wald, Thüringer Schiefergebirge/ Frankenwald, Vordere Rhön, Thüringer Holzland, Südharz und Zechsteingebiet, Mittleres Ilmtal, Kyffhäusergebirge , Südliches Eichsfeld, Grabfeld, Werratal zwischen Creuzburg u. Treffurt, Mittleres Saaletal	Thüringer Wald, Thüringer Schiefergebirge/Oberes Saaletal, Mittleres Saaletal mit Seitentälern, Grabfeld/Gleichberge, Thüringische Rhön, Mittleres Werratal, Südharz, Kyffhäuser, Hainleite, Eichsfeld, Mittleres Ilmtal, Thüringer Holzland	
<b>Räume mit bedeutsamen Fremdenverkehrs- und Erholungsaufgaben</b>			Thüringer Wald, Thüringer Schiefergebirge/Oberes Saaletal, Thüringischer Teil des Harzes

<b>Ländliche Räume mit überwiegend gewerblichen / gemischtstrukturellen Entwicklungsaufgaben</b>	Raum Mühlhausen-Leinefelde-Sondershausen, Raum zwischen der A 4 und nördlichem Rand des Thüringer Waldes, Orlasenke und Raum Zeulenroda-Gera-Greiz, Werraue südlich des Thüringer Waldes, Raum nördlich von Altenburg	Mühlhausen-Leinefelde/Worbis-Sondershausen, Gebiet zwischen A 4 u. nördlichem Rand des Thüringer Waldes, Orlasenke, Gera-Ronneburg-Schmölln, Zeulenroda-Schleiz-Greiz, Gebiet nördlich Altenburg, Werragebiet südlich des Thüringer Waldes	
<b>Ökologische Sanierungsräume</b>	Nordthüringisches Kaligebiet, Südthüringisches Kaligebiet, Kaligebiet um Roßleben, Bergbaufolgelandschaft nördlich von Altenburg, Uranbergbaugebiet Schmölln-Ronneburg	Nordthüringisches Kaligebiet, Südthüringisches Kaligebiet, Kaligebiet um Roßleben, Bergbaufolgelandschaft nördlich von Altenburg, Uranbergbaugebiet Schmölln-Ronneburg-Seelingstädt-Dittrichshütte, Kiesabbaugebiete um Nordhausen, Erfurt, Gotha, Arnstadt	

## Anlage 2.12

Entwicklungsstufen der Zentrenhierarchien im Rahmen der LEP-Bearbeitung

Quelle: Eigene Ermittlungen

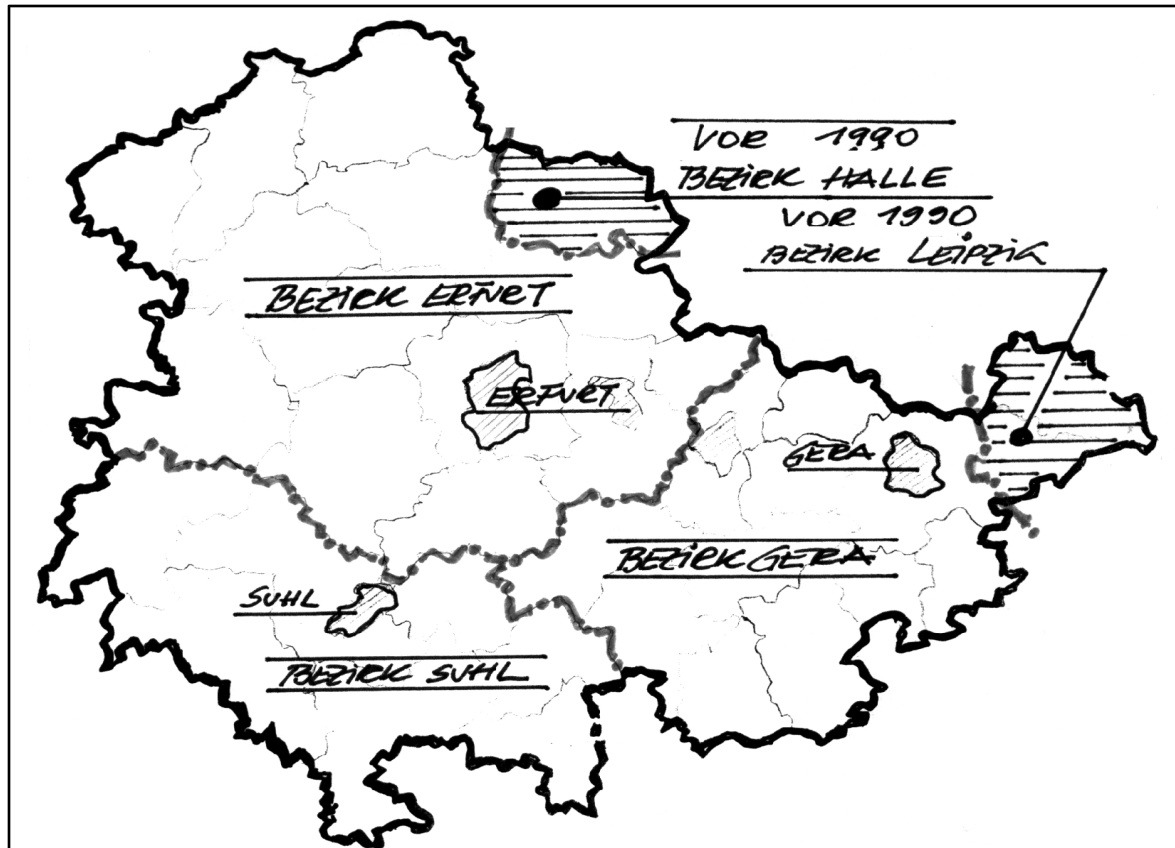
ZENTRAL- ÖRTLICHE GLIEDERUNG	LEP-ENTWURF VOM NOVEMBER 1991	LEP-ENTWURF VOM MAI 1992	LEP- VERORDNUNG VOM 10.11.1993
<b>Oberzentren</b>	Erfurt, Gera, Jena	Erfurt, Gera, Jena	Erfurt, Gera, Jena
<b>Mittelzentren mit Teil- funktionen eines Oberzentrums</b>	Nordhausen, Weimar, Suhl/Zella-Mehlis	Nordhausen, Weimar, Suhl/Zella-Mehlis	Nordhausen, Weimar, Eisenach, Altenburg, Rudolstadt/Saalfeld, Suhl/Zella-Mehlis
<b>Mittelzentren</b>	Artern, Heiligenstadt, Mühlhausen, Sondershausen, Worbis/Leinefelde, Apolda, Arnstadt, Bad Langensalza, Eisenach, Gotha, Ilmenau, Sömmerda, Altenburg, Eisenberg, Greiz, Lobenstein, Pößneck, Saalfeld, Rudolstadt, Schleiz, Schmölln, Stadtroda, Zeulenroda, Bad Salzungen, Hildburghausen, Meiningen, Neuhaus a. RW. Schmalkalden, Sonneberg	Heiligenstadt, Mühlhausen, Sondershausen, Arnstadt, Eisenach, Gotha, Ilmenau, Sömmerda, Altenburg, Greiz, Rudolstadt, Saalfeld, Bad Salzungen, Hildburghausen, Meiningen, Schmalkalden, Sonneberg	Artern, Heiligenstadt, Mühlhausen, Sondershausen, Worbis/Leinefelde, Apolda, Arnstadt, Gotha, Ilmenau, Sömmerda, Eisenberg, Greiz, Pößneck, Schleiz, Bad Salzungen, Hildburghausen, Meiningen, Schmalkalden, Sonneberg



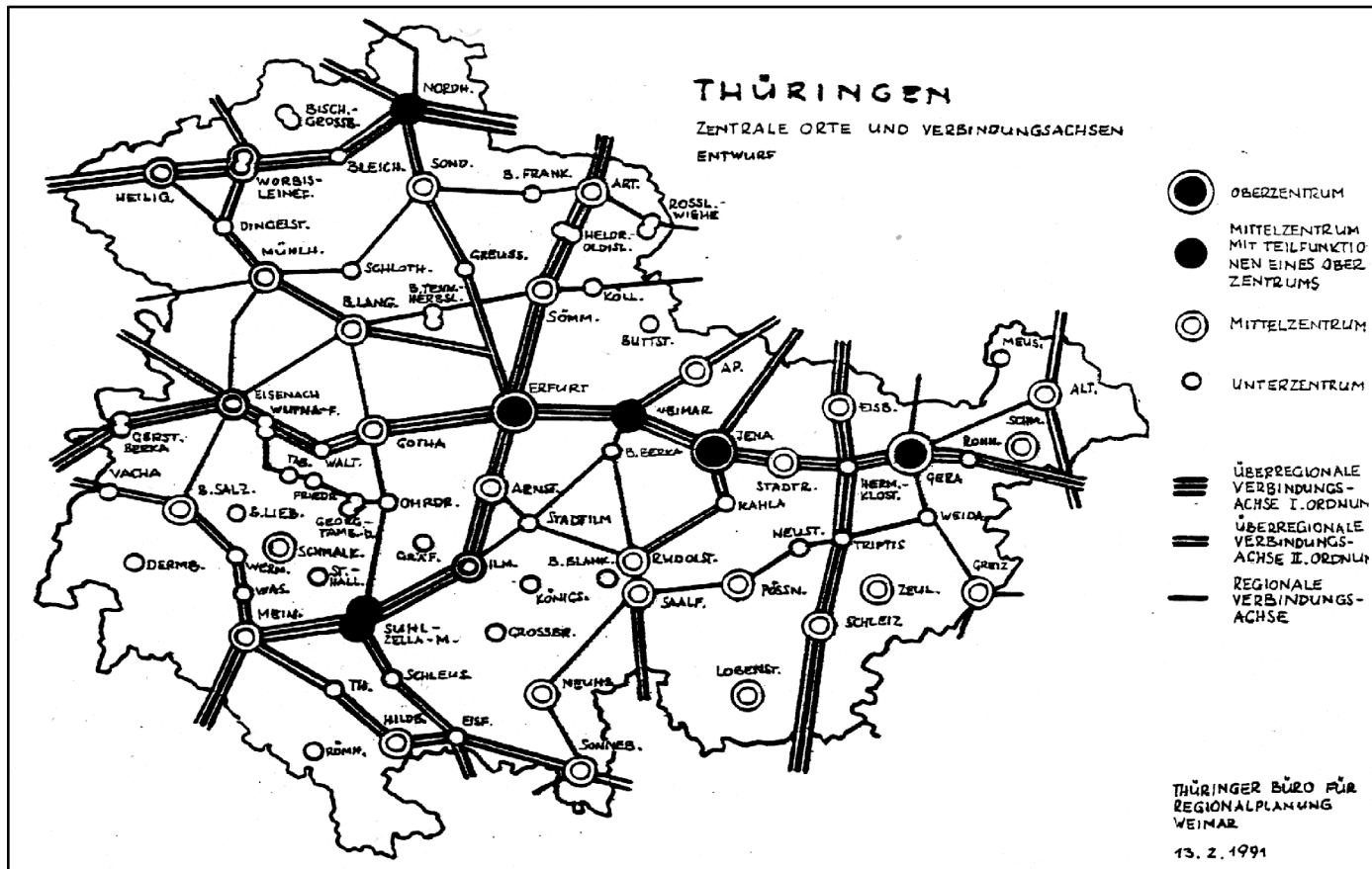
<b>Mögliche Mittelzentren</b>		Artern, Worbis/Leinefelde, Apolda, Bad Langensalza, Eisenberg, Hermsdorf, Lobenstein, Pößneck, Schleiz, Schmölln, Stadtroda, Zeulenroda, Neuhaus am Rennweg	
<b>Teilfunktionale Mittelzentren</b>			Bad Langensalza, Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz, Stadtroda, Lobenstein, Schmölln, Zeulenroda, Neuhaus am Rennweg

**ANLAGE 2.5: BIS 1990 GÜLTIGE BEZIRKSGLIEDERUNG AUS DER  
HERAUS DAS LAND THÜRINGEN GEBILDET  
WURDE**

**QUELLE: EIGENER ENTWURF**



**ANLAGE 2.6: RAUMSTRUKTUR THÜRINGEN: ZENTRALE ORTE  
UND VERBINDUNGSACHSEN - ENTWURF VOM 13.02.1991  
THÜRINGER BÜRO FÜR REGIONALPLANUNG WEIMAR**



## Anlage 2.7

Fehldimensionierte Handelsflächen in und um Mühlhausen

Quelle: Eigene Ermittlungen

### FALLBEISPIEL: MÜHLHAUSEN

#### AUSGANGSLAGE

•	Anfang 1993 existierten in Mühlhausen u. in unmittelbar angrenzenden Dörfern Verkaufsflächen (Bestand und Planungen) von gesamt <b>117.977 m<sup>2</sup></b>
•	Das bedeutete einen Ausstattungsgrad von <b>2,9 m<sup>2</sup></b> Verkaufsfläche je Einwohner.
•	80 % der Flächen waren in der Peripherie, aber nur 20 % innerstädtisch angeordnet.

#### NEGATIVE AUSWIRKUNGEN

•	Schnelle Verödung der Innenstadt
•	Verkehrskollaps auf der Nord-Süd-Achse
•	Ausbleiben der wohnortnahen Versorgung
•	Arbeitsplatzabbau im Facheinzelhandel

#### ZIELVORSTELLUNGEN

•	Sicherung der mittelfunktionalen Funktion der Stadt Mühlhausen
•	Ausgewogenheit in der Handelsstruktur durch restriktives Vorgehen gegenüber allen Entwicklungen in randstädtischen Bereichen

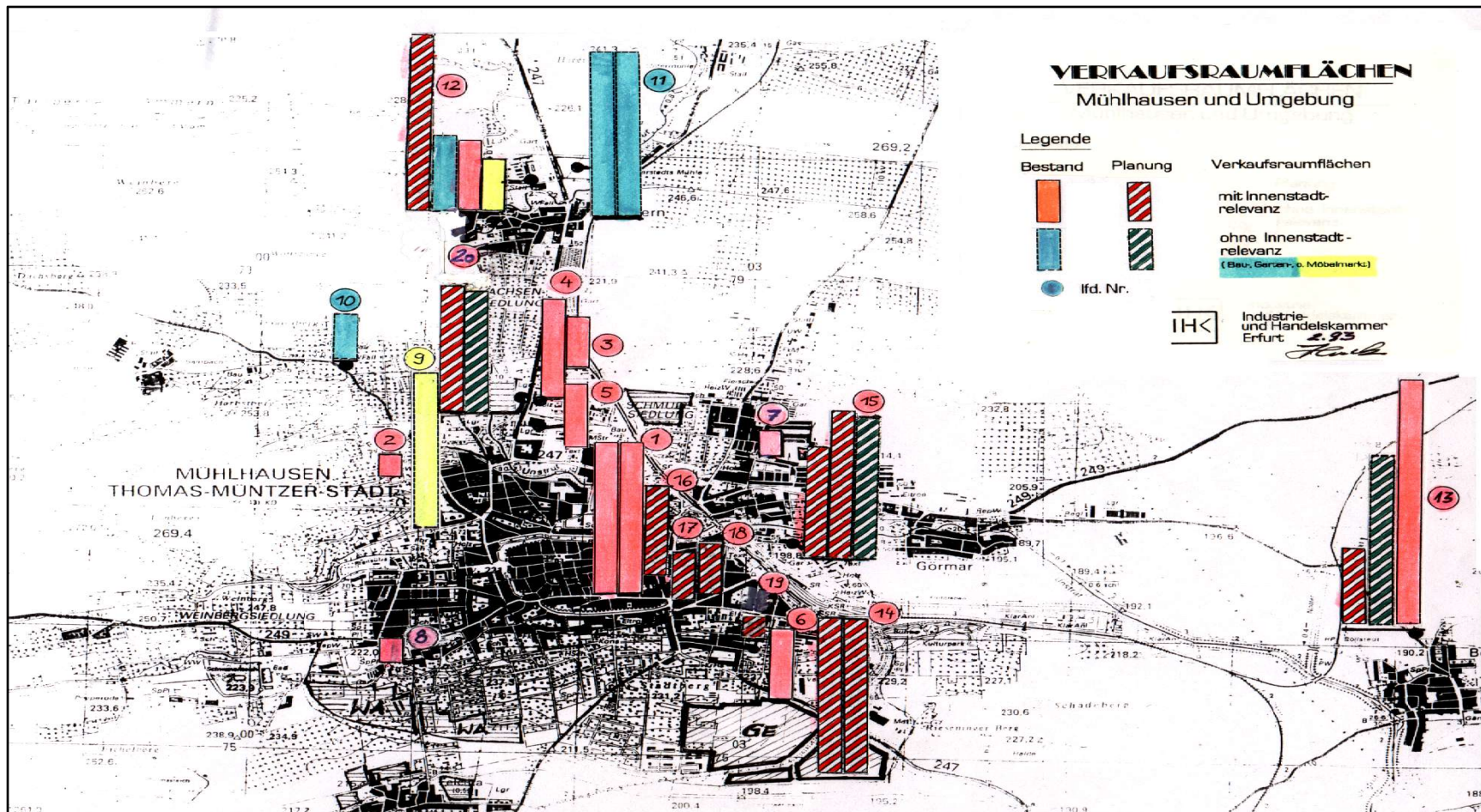
#### PROBLEMLÖSUNG

•	Sensibilisierung aller Akteure mit dem Ziel, eine geordnete städtebauliche Entwicklung in Mühlhausen zu erzielen
•	Konferenz am 11.03.1993 in der IHK Erfurt unter Leitung des Verfassers mit den Teilnehmern aus Stadtverwaltung Mühlhausen, Landratsamt (Landrat), Thüringer Ministerien, Landesverwaltungsamt und Handelsverbänden mit dem Inhalt und den Ergebnissen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung der Situation</li> <li>• Detaillierte Bewertung vorhandener u. geplanter Handelseinrichtungen</li> <li>• Vordringliche Entwicklung innerstädtischer Standorte</li> <li>• Ablehnung des Standortes Bollstedt (Nr. 13: <b>Anlage 2.8/2.9</b>) mit 8.000 m<sup>2</sup> Provisorium und 8.000 m<sup>2</sup> Planung</li> <li>• Minimierung des innenstadtrelevanten Anteiles Ammersche Landstraße (Nr. 14/20: <b>Anlage 2.8/2.9</b>)</li> </ul>
•	Öffentlichkeitsarbeit der IHK-Erfurt durch Presseaktivitäten (19.03.1993)

#### ERGEBNISSE

•	Schließung des Handelsprovisoriums Bollstedt im März 1993
•	Vorgaben des Landesverwaltungsamtes zu genehmigungsfähigen Größen von Handelseinrichtungen in Mühlhausen (05/93)

# ANLAGE 2.8: KARTE DER HANDELSFLÄCHEN IN UND UM MÜHLHAUSEN QUELLE: EIGENER ENTWURF, IHK ERFURT 1993

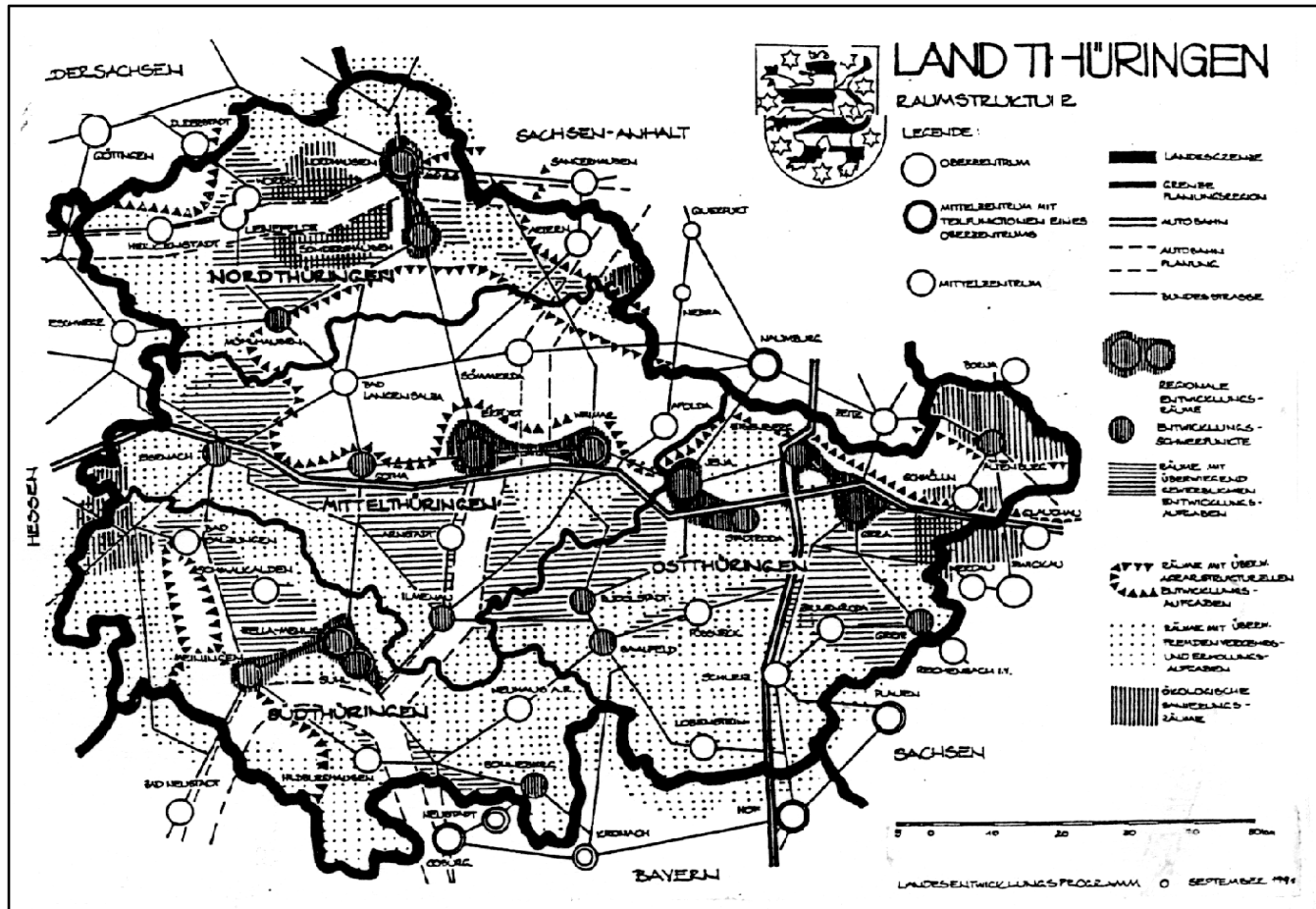




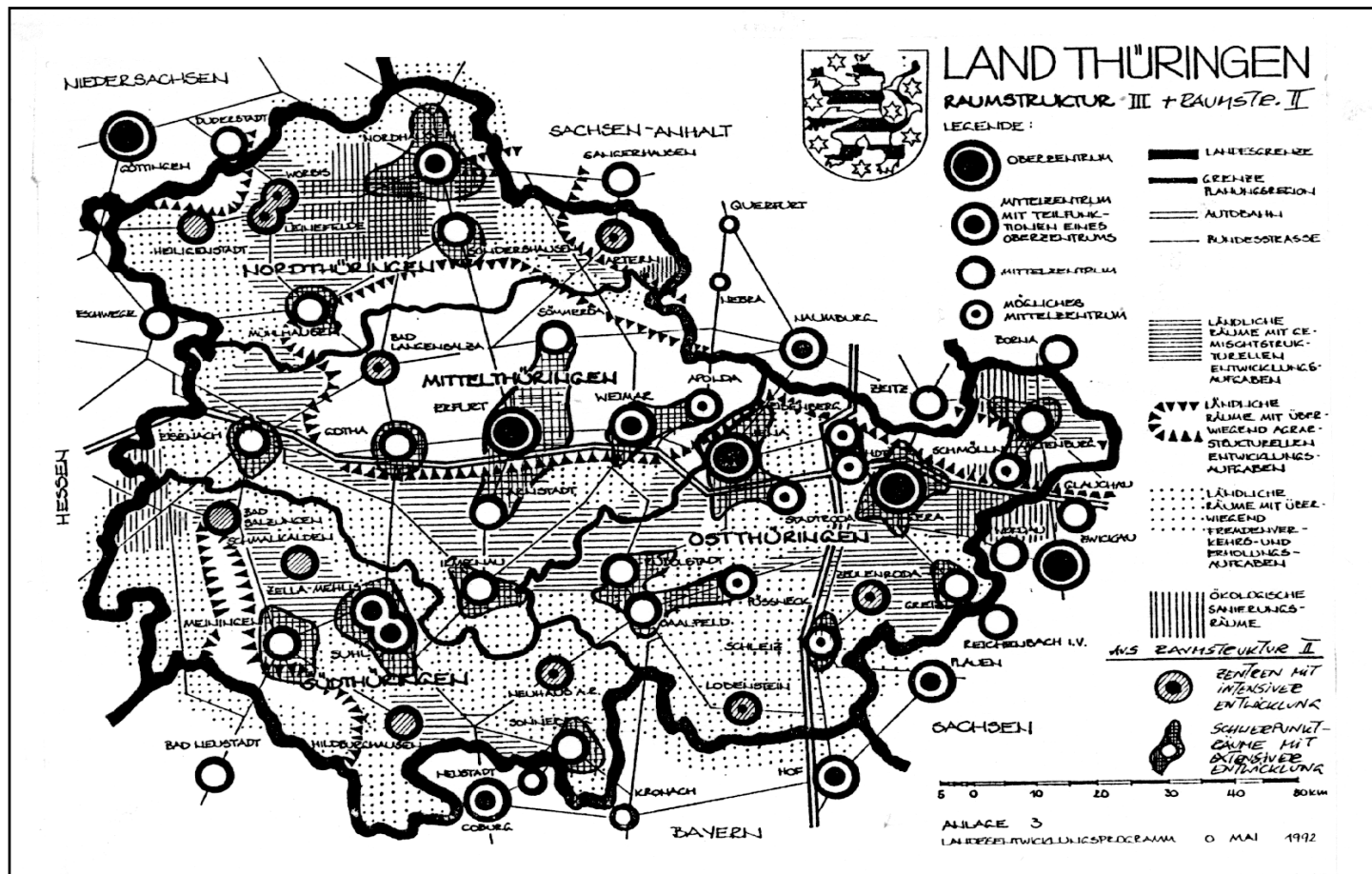
**ANLAGE 2.9: ZUSAMMENSTELLUNG DER VORHANDENEN UND GEPLANTEN EINRICHTUNGEN DES EINZELHANDELS IN UND UM MÜHLHAUSEN**  
**QUELLE: EIGENER ENTWURF, IHK ERFURT 1993**

ANLAGE 1		ZUSAMMENSTELLUNG VON BESTEHENDEN UND GEPLANTEN HANDELSEINRICHTUNGEN		- MÜHLHAUSEN -		IHK ERFURT 10.2.93	
LFD.NR.	STANDORT / NUTZER	VERKAUFSRAUMFLÄCHEN [m²]					
		INNENSTADTRELEVANZ FOOD                      NONFOOD		NICHTINNENSTÄDT. HÖRER                      BAUMARKT/ GARTENBED.			
1	BESTAND						
2	INNENSTADT (B.P.92)		15.865				
3	NOEMA	250					
4	3-TAGE-MARKT		1.795				
5	DELTA	} (Ammersche Landstr.)	1.990				
6	HANEGE		3.145				
7	ALDI/HANEGE/u.a.	(Langensulzener Str.)	2.250				
8	ORAY	(Forstberg)	800				
9	PLUS	(Oberröhrenweg)	750				
10	HÖRER-KOCH	(Tonbergstr.)			4.921		
11	AGIL-BAUMARKT	(Hollentbacher Str.)				1.500	
12	Obi-BAUMARKT	(Ammersche Landstr.)				12.000	
13	LPG AMMEREN	(Ammersche Landstr.)	6.740		1.400	960	
14	KOLOSSA - BOLLSTEDT		8.000				
15	PLANUNG						
16	BEYREITZ	(Treffweg 2.BA)	10.250				
17	EGD	(In der Klinge)	8.800			4.500	
18		(Hanfstrack)	6.000				
19	SALLER	(Kilimsgraben)	1.640				
20	KIEFT	(Karl-Marx-Str.)	1.500				
21	NAHVERSEGER	(Thälmann-Str.)	800				
22	TIMON	(Ammersche Landstr.)	4.400			4.000	
23	LPG AMMEREN - SO-111	(Ammersche Landstr.)	3.721				
24	KOLOSSA - BOLLSTEDT		2.500			5.500	
▶ SUMME			41.585		6.321	14.460	
			4.617			14.000	
			83.796		34.781		

**ANLAGE 2.13: RAUMSTRUKTUR THÜRINGEN  
LEP-ENTWURF VOM NOVEMBER 1991**

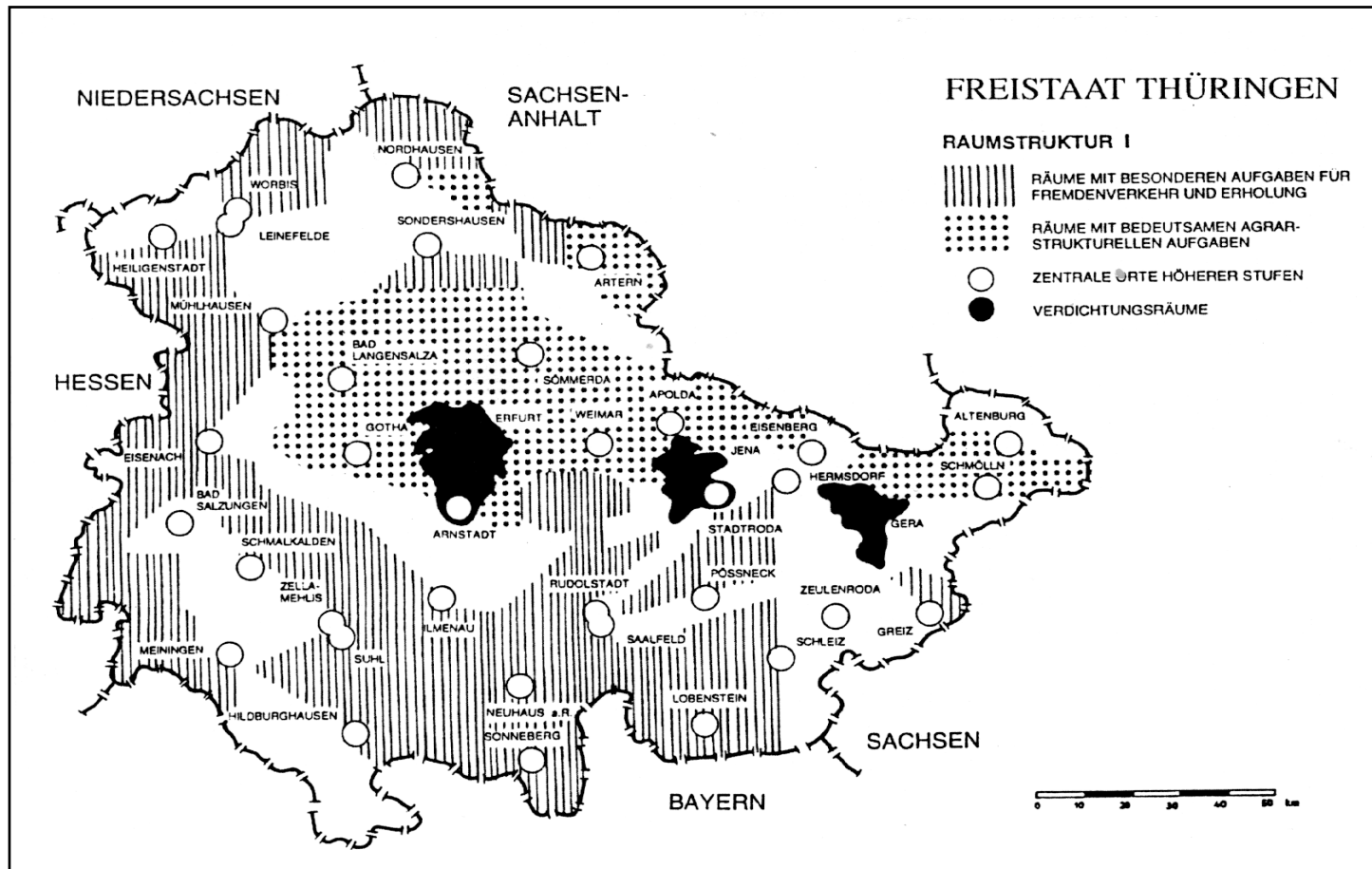


# ANLAGE 2.14: RAUMSTRUKTUR THÜRINGEN LEP-ENTWURF VOM MAI 1992

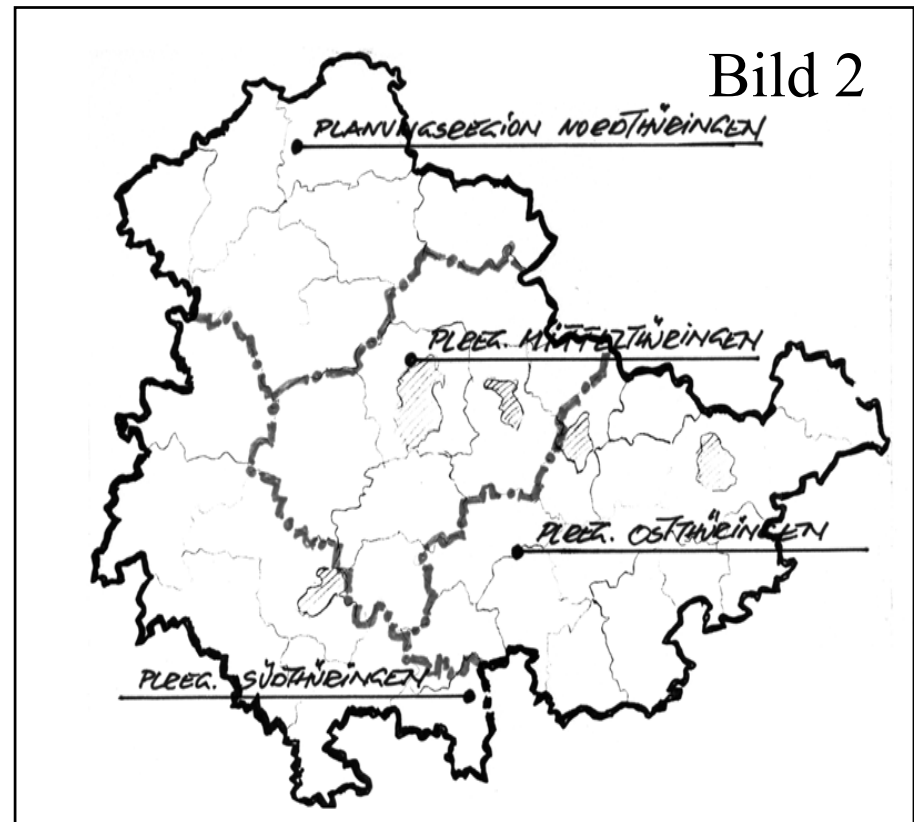
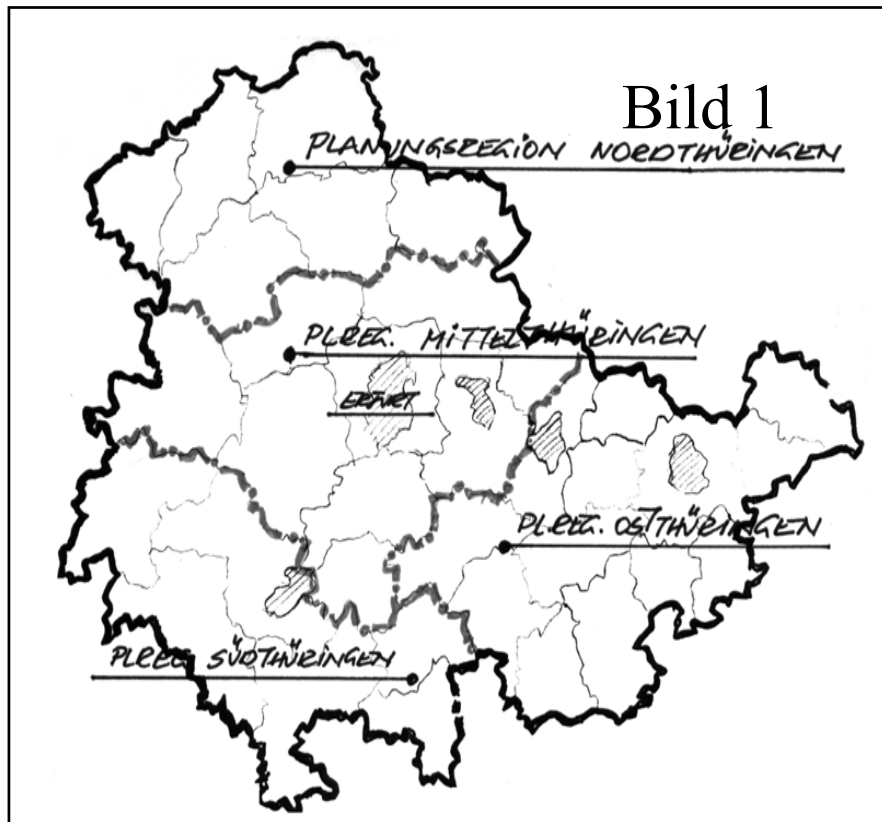




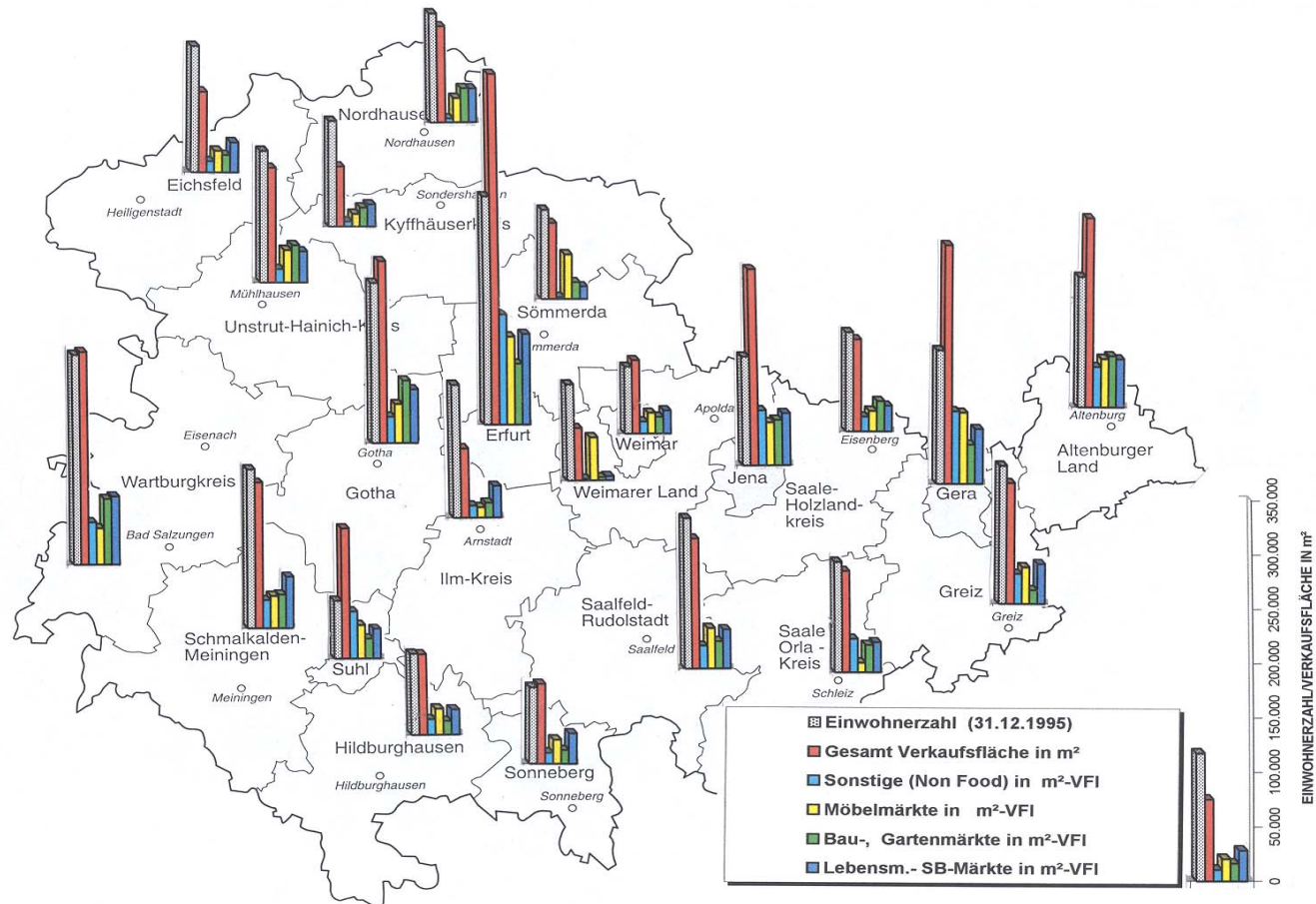
# ANLAGE 2.15: RAUMSTRUKTUR THÜRINGEN LANDESENTWICKLUNGSPROGRAMM VOM 10.11.1993



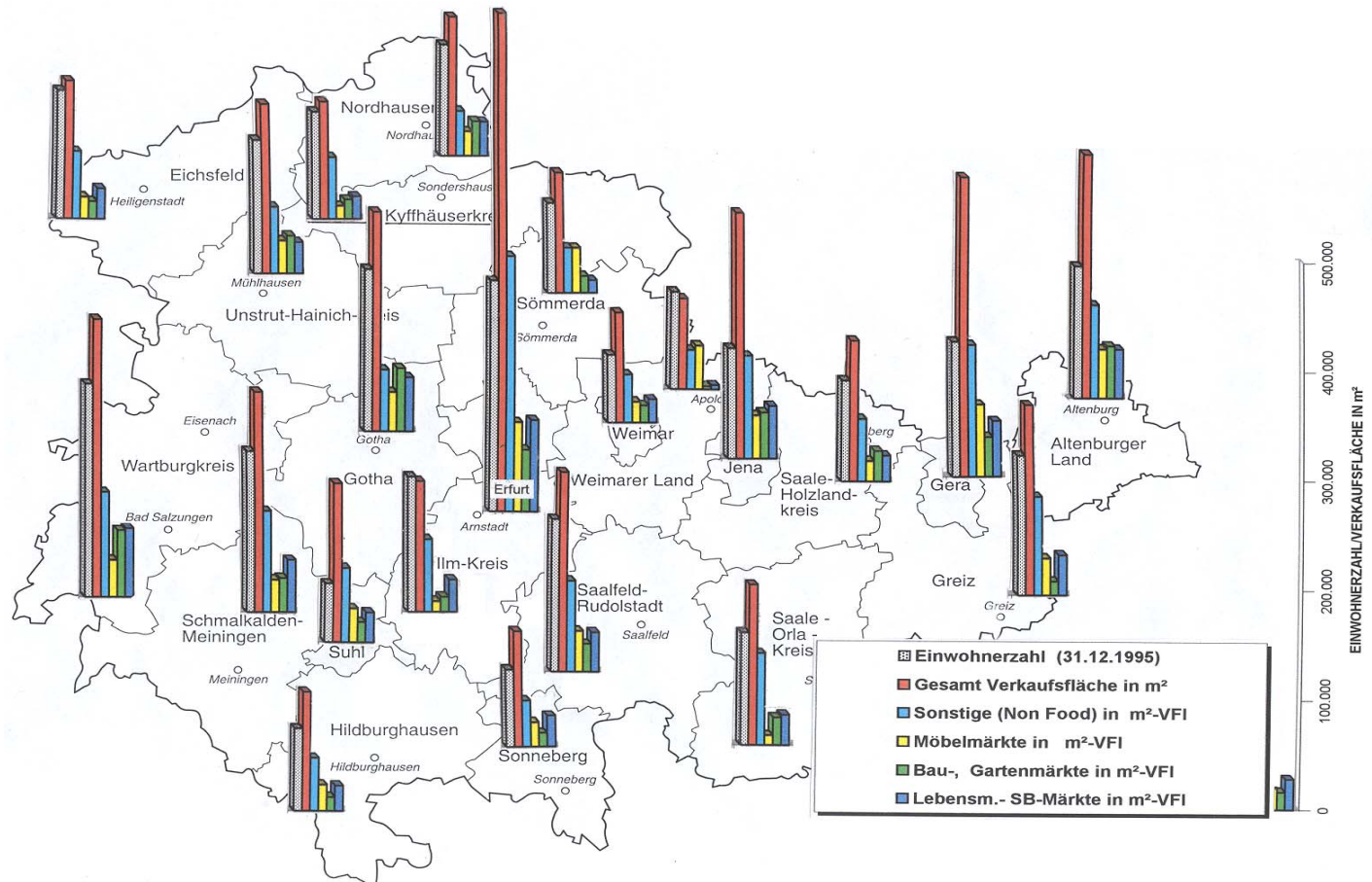
**ANLAGE 2.16: RÄUMLICHE GLIEDERUNG DES LANDES NACH PLANUNGSREGIONEN**  
**BILD 1: NACH LRegVO VOM 22.08.1991**  
**BILD 2: NACH LRegVO VOM 11.05.1994**  
**QUELLE: EIGENER ENTWURF**



**ANLAGE 2.17: DARSTELLUNG DES BESTANDES AN GROSSFLÄCHIGEM EINZELHANDEL IN THÜRINGEN BEZOGEN AUF LANDKREISE UND KREISFREIE STÄDTE IN RELATION ZUR EINWOHNERZAHL**  
**QUELLE: EIGENER ENTWURF, DATENBASIS IHK'N THÜRINGEN 1997**

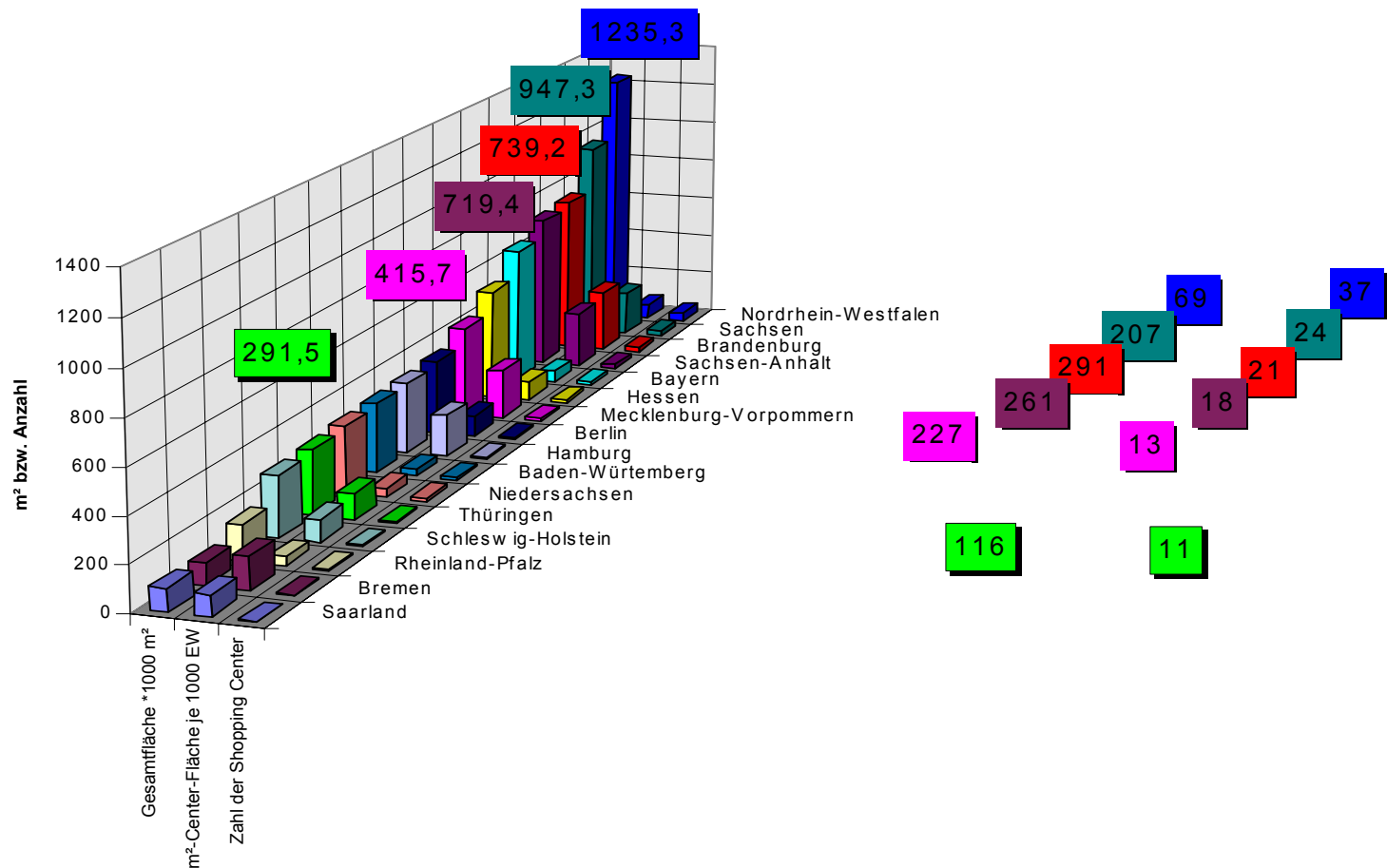


**ANLAGE 2.18: DARSTELLUNG DES GESAMTHANDELSBESATZES IN THÜRINGEN  
BEZOGEN AUF LANDKREISE / KREISFREIE STÄDTE IN RELATION  
ZUR EINWOHNERZAHL  
QUELLE: EIGENER ENTWURF, DATENBASIS IHK'N THÜRINGEN 1997**



## ANLAGE 2.19: VERGLEICH DER SHOPPING-CENTER NACH BUNDESLÄNDERN ( STAND 01.01.1997 - EHI Köln)

Quelle: Eigener Entwurf, Daten aus Handel aktuell '97, S. 130



## Anlage 2.20

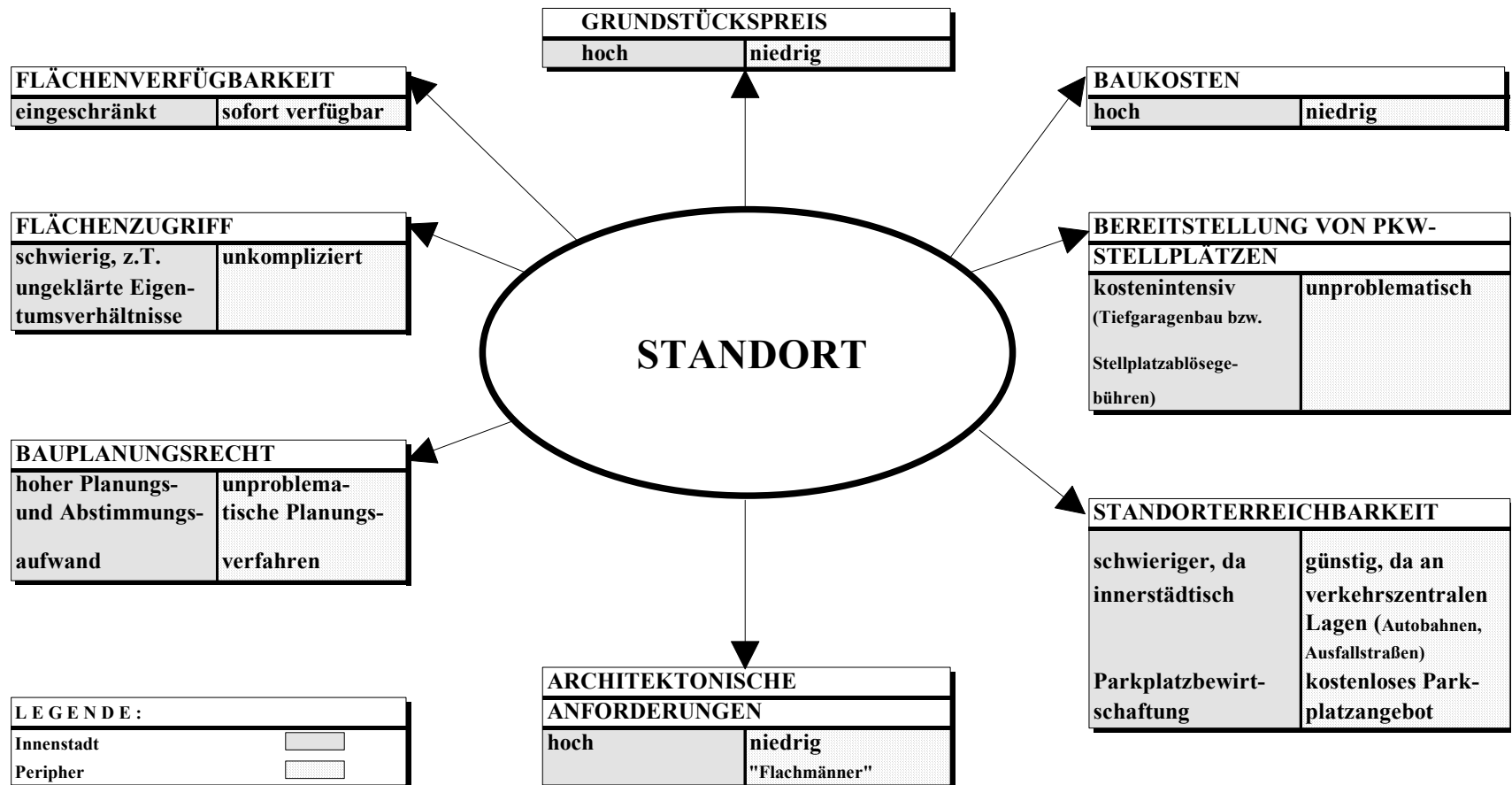
Ausgewählte Logistik-Unternehmen in Thüringen

Quelle: Eigene Ermittlungen und Auswertung von <sup>2.20.1</sup>

UNTERNEHMEN	STANDORT	BRANCHE	BE-SCHÄF-TIGTE
Aldi	Nohra	Food	100
Edeka-Logistik-Zentrum (LDZ)	Straußfurt	Food	340
Fiege Wdz Erfurt & Co. KG	Apfelstädt	Textil für Kaufhof AG	1350
Ikea Lager u. Service GmbH	Erfurt - GVZ	Möbel	150
Motex AG	Gotha/Hörselgau	Textil für Metro AG	1000
Otto-Versand Warenverteilzentrum	Ohrdruf	Warenversand	260
Paul Günther Cargo GmbH Logistikzentrum (Logistikstandort für Neue Länder und Mitteldeutschland) - Direktbelieferung: Umkreis v. 120 km; - Großgeräteumschlag 1997: 3,7 Mio. St.	Leinefelde (Lagerfläche.: 62.500 m²)	Logistik für Bosch-Siemens-Hausgeräte	108
P&O Trans European GmbH	Eisenach	Spedition für Opel	100
REWE-Zentral AG, NL Hungen	Neudietendorf	Food	350
Schlecker Logistikzentrum	Schleiz	Food	117
Tegut, Fulda	Seebergen	Food	k.A.
Deutsche Post AG, NL Briefpost	Erfurt - GVZ	Postfracht	300
Deutsche Post AG, NL Frachtpost	Nohra	Postfracht	220
Deutsche Post AG, Zentrallager	Nohra	Postfracht	48
German Parcel Paket-Transport GmbH	Ichtershausen/Thörey	Postfracht	12
DPD Deutscher Paket Dienst Thüringen	Nohra	Postfracht	32
TNT Express GmbH, NL Erfurt	Ichtershausen/Thörey	Postfracht	23
United Parcel Service, NL Ichtershausen	Ichtershausen/Thörey	Postfracht	140
United Parcel Service, NL Gera	Beerwalde	Postfracht	70
Axthelm&Zufall GmbH & Co.KG	Nohra	Spedition	90
B&H Spedition GmbH & Co. KG	Fröttstädt	Spedition	k.A.
Bahntrans GmbH, NL Löbichau	Löbichau	Spedition	50
Burk und Braun Logistikzentrum	Ohrdruf	Spedition	k.A.
DKS Deutsche Kleiderspedition	Waltershausen	Spedition	k.A.
BLS Bischoff Logistik Systeme	Seubtendorf	Spedition	113
Emons-Spedition GmbH	Erfurt - GVZ	Spedition	k.A.
GLT Geraer Logistik & Transport GmbH	Gera	Spedition	125
Unitrans Erfurt GmbH	Erfurt - GVZ	Spedition	25
TSG Thüringer Speditionsgesellsch. mbH	Ohrdruf	Spedition	50

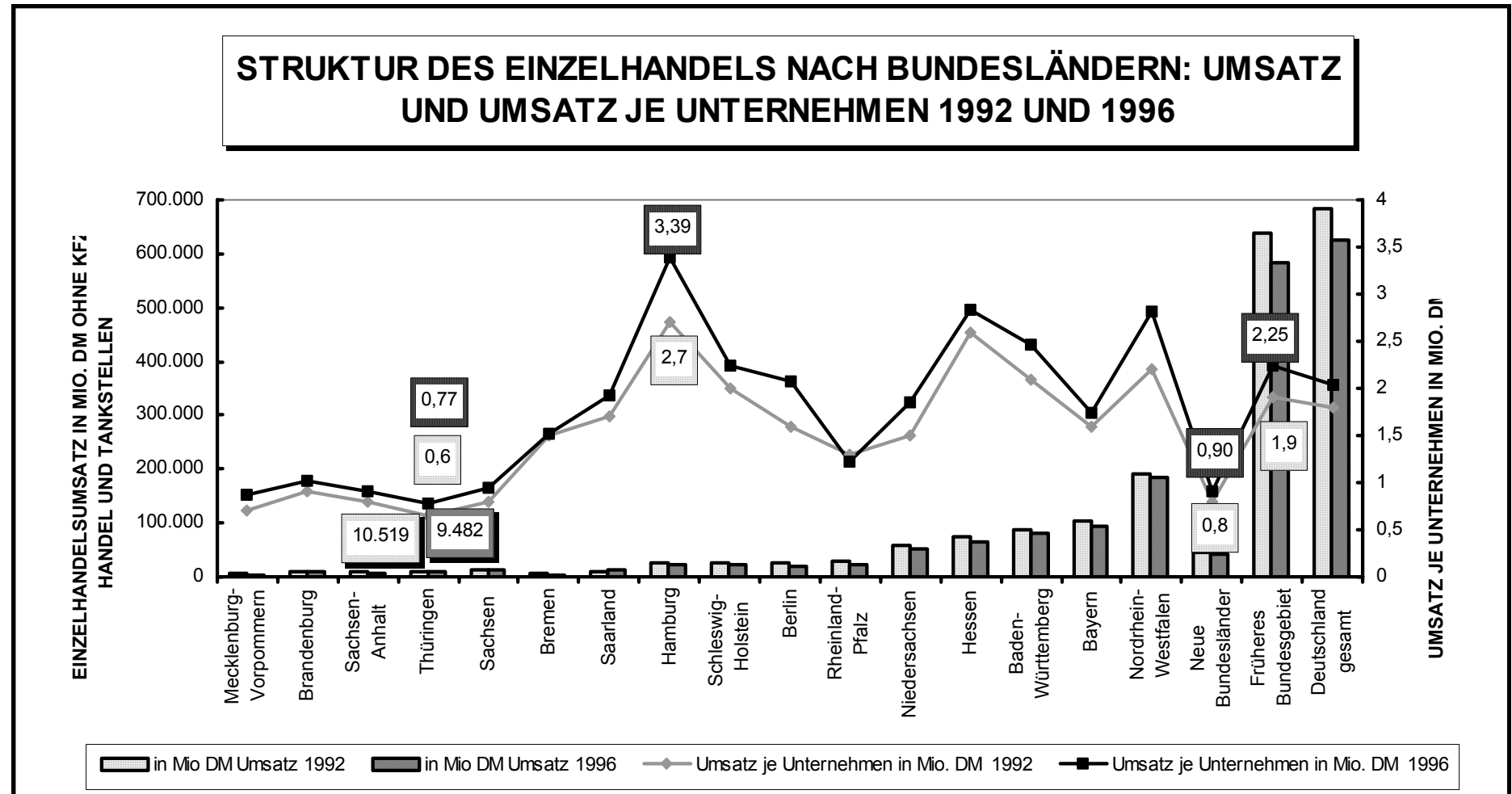
<sup>2.20.1</sup> Branchendatenbank der LEG Thüringen mbH 1997, Eigene Ermittlungen

**ANLAGE 2.21: VERGLEICH DER ENTWICKLUNGSBEDINGUNGEN VON  
RANDSTÄDTISCHEN UND INNERSTÄDTISCHEN STANDORTEN DES  
GROSSFLÄCHIGEN EINZELHANDELS IN DEN NEUEN LÄNDERN  
QUELLE: EIGENER ENTWURF**



### Anlage 3.1

Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Umsatzzahlen und des Umsatzes je Unternehmen 1992 nach der HGZ (Handels- und Gaststättenzählung 1993) und 1996, Neue Länder ohne Berlin Ost: Eigener Entwurf; Datenbasis: <sup>3.1.1</sup>



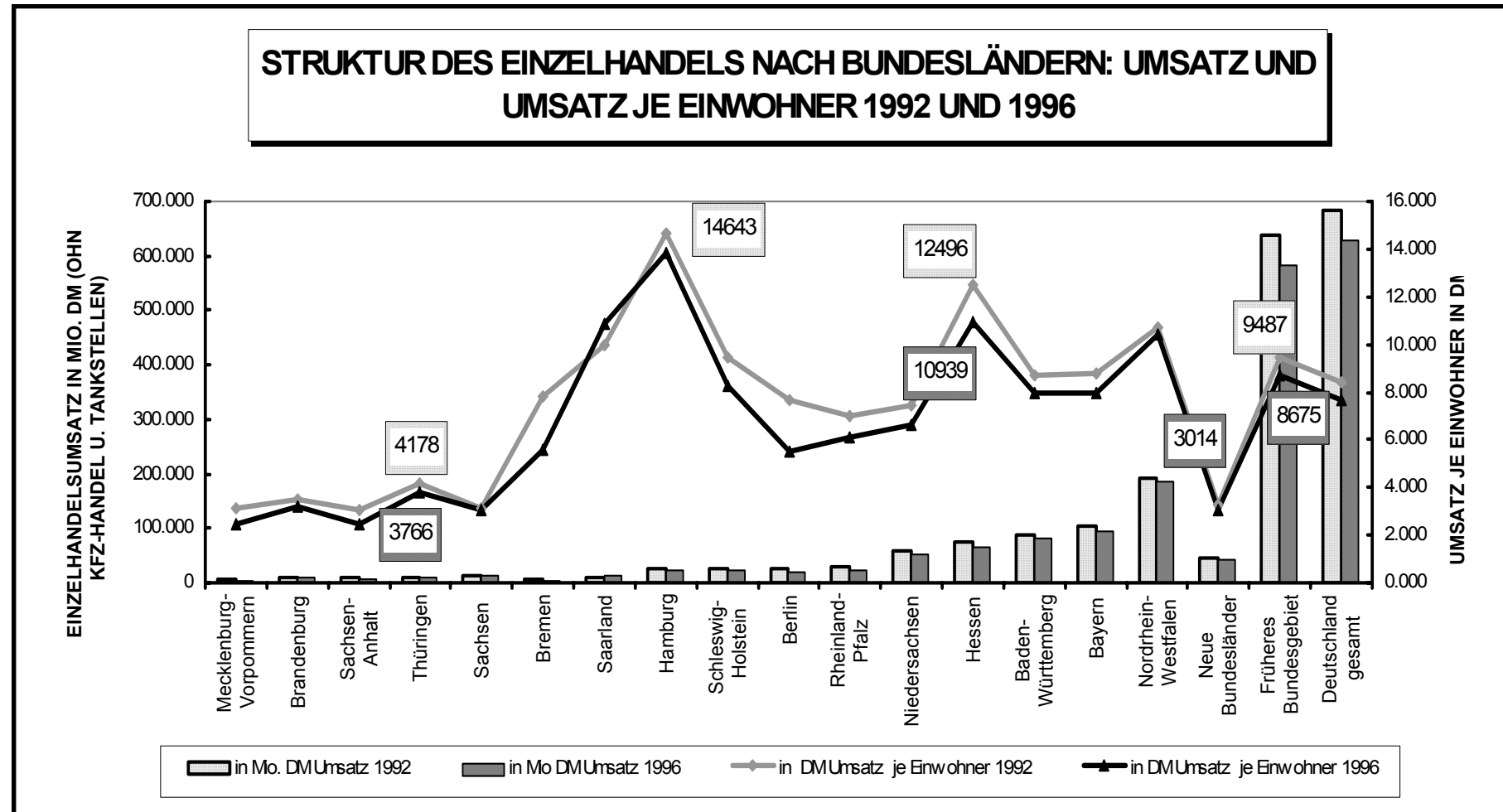
3.1.1

Handel aktuell '98, S. 59, Thüringer Landesamt für Statistik 02/1999



### Anlage 3.2

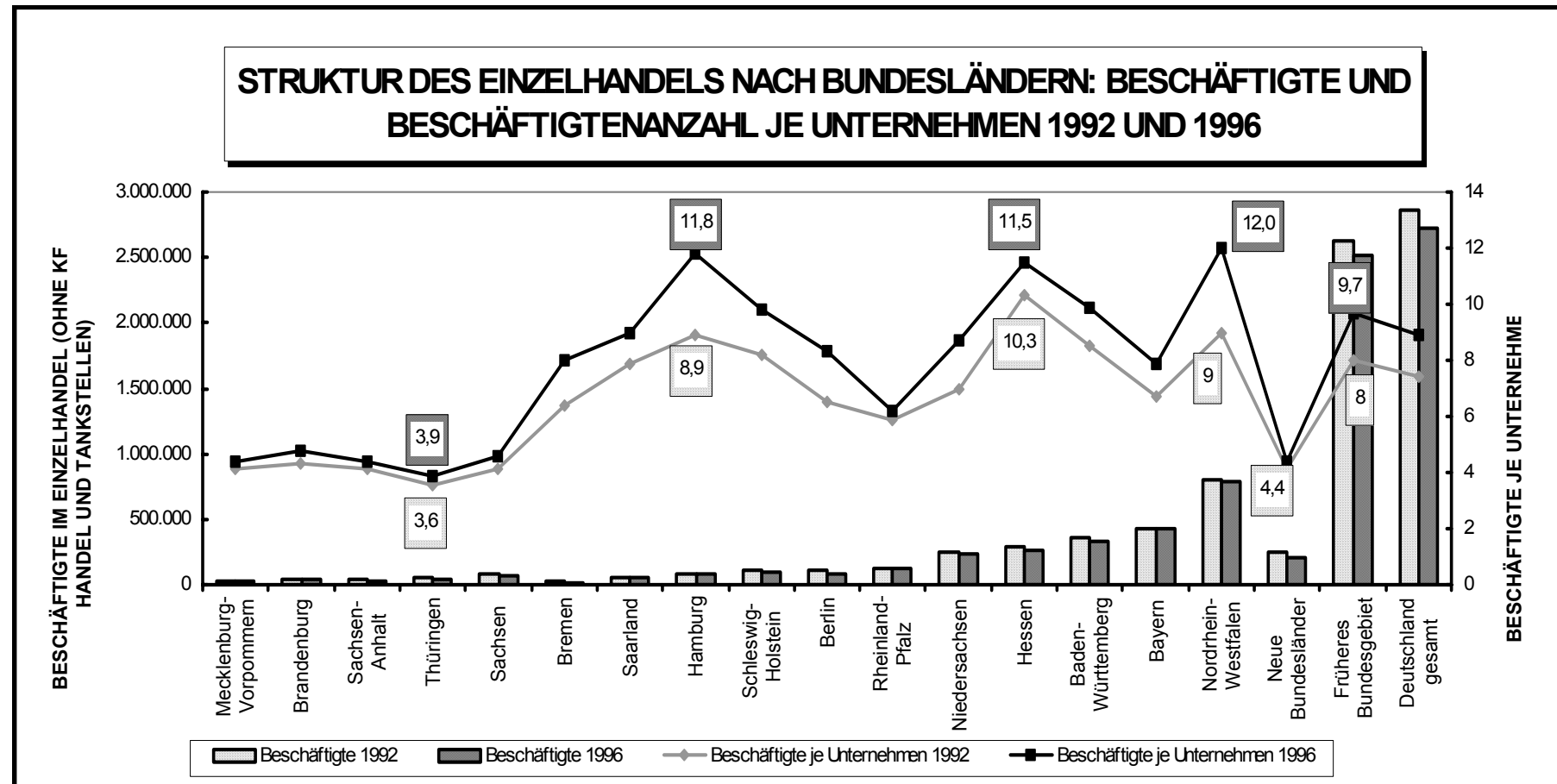
Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Umsatzzahlen und des Umsatzes je Einwohner 1992 und 1996  
Neue Länder ohne Berlin Ost: Eigener Entwurf; Datenbasis: <sup>3.1.1</sup>



<sup>3.1.1</sup> Handel aktuell '98, S. 59, Thüringer Landesamt für Statistik 02/1999

### Anlage 3.3

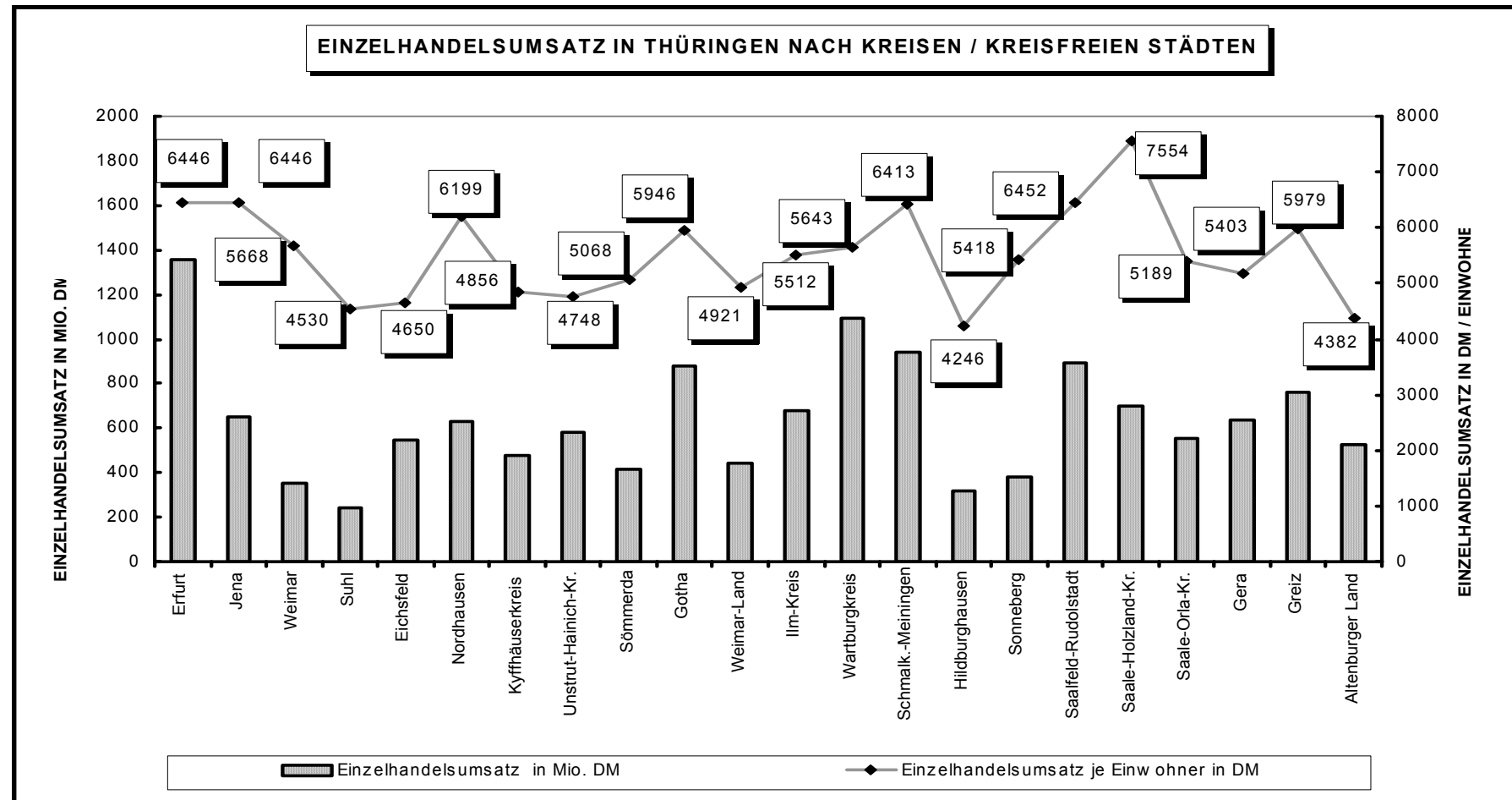
Struktur des Einzelhandels nach Bundesländern: Vergleich der Beschäftigtenzahlen im Einzelhandel und der Beschäftigtenzahl je Unternehmen 1992 und 1996, Neue Länder ohne Berlin Ost: Eigener Entwurf; Datenbasis: <sup>3.1.1</sup>



<sup>3.1.1</sup> Handel aktuell '98, S. 59, Thüringer Landesamt für Statistik 02/1999

### Anlage 3.4

Darstellung des Einzelhandelsumsatzes nach Kreisen / Kreisfreien Städten in Thüringen 1996, Einzelhandelsumsatz ohne Einzelhandel mit Kfz und Tankstellen, Stand Mai 1997: Eigener Entwurf; Datenbasis: <sup>3.4.1</sup>



<sup>3.4.1</sup> Thüringer Landesamt für Statistik, Statistisches Monatsheft Oktober 1997

### Anlage 3.5

#### Fusionen im Handel

Quelle: Eigene Ermittlungen

JAHR	BRANCHE	FUSIONSPARTNER	BEMERKUNGEN
1976 3.5.0	Warenhäuser	<b>Karstadt</b> mit <b>Neckermann</b> (beide Deutschland)	
1986 3.5.0	Einzelhandel	<b>Asko</b> mit <b>Schaper</b> (beide Deutschland)	
1988 3.5.0	Einzelhandel	<b>Rewe Leibbrand</b> mit <b>Deutscher Supermarkt</b> (beide Deutschland)	
1990 3.5.0	Einzelhandel	<b>Rewe Zentral AG, Köln</b> mit <b>Rewe</b> <b>Großhandelsbetriebe</b> (beide Deutschland)	
1990 3.5.0	Einzelhandel	<b>Rewe Zentral AG</b> mit <b>Coop-Absatzgebiete</b> (beide Deutschland)	
1990 3.5.0	Einzelhandel	<b>Asko</b> mit <b>Coop-</b> <b>Absatzgebiete</b> (beide Deutschland)	
1992 3.5.0	Einzelhandel	<b>Metro</b> mit <b>Asko</b> (beide Deutschland)	
1992 3.5.0	Einzelhandel	<b>AVA</b> mit <b>BVA</b> (beide Deutschland)	
1992 3.5.0	Einzelhandel	<b>Edeka</b> mit <b>Gottlieb</b> (beide Deutschland)	
1992/ 1993 3.5.0	Einzelhandel	<b>AVA</b> mit <b>Nanz</b> (beide Deutschland)	
10/94 3.5.1	Warenhäuser	<b>Kaufhof Holding AG,</b> <b>Köln</b> mit <b>Horten AG,</b> <b>Düsseldorf</b> (beide Deutschland)	Kaufhof Warenhaus AG mit 9,6 Mrd. DM Umsatz (1993) und Horten AG mit 3,6 Mrd. DM Umsatz (1993) und insgesamt 153 Filialen
02/1994 3.5.1	Warenhäuser	<b>Karstadt AG, Essen</b> mit <b>Hertie GmbH</b> (beide Deutschland)	Karstadt AG mit 13,3 Mrd. DM Umsatz (1993) und Hertie mit 5,2 Mrd. DM Umsatz (1993) und insgesamt 246 Filialen
10/1995 3.5.2	Einzelhandel	Verschmelzung der 3 unab- hängigen Holding-Gesell- schaften von <b>Metro Vermö- gensverwaltung GmbH &amp; Co KG, Düsseldorf</b> (C+C Märkte), <b>Kaufhof Holding AG, Köln</b> und <b>Asko Deutsche Kaufhaus AG, Saarbrücken</b> zur <b>Metro Handels- Holding AG Köln</b>	Ziel der Verschmelzung: Umsatzrendite von 3 % (vor Steuern), Umsatzwachstum von 4 - 5 % jährlich; Synergiepotentiale in den Bereichen Informatik, Logistik, Eigenmarken, Werbebudget;
1995	Einzelhandel	<b>Edeka, Minden</b> mit <b>Otto</b>	

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

3.5.0		<b>Reichelt</b> (beide Deutschl.)	
07/96 3.5.3	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	Feindliche Übernahme von <b>Docks de France</b> durch <b>Auchan</b> (beide Frankreich)	Mit Auchan/Docks de France ist der viertgrößte Einzelhandelskonzern nach Carrefour, Intermarché und Leclerc in Frankreich entstanden.
05/1997 3.5.4	Warenhäuser	<b>La Rinascente SpA, Mailand</b> (Italien) mit <b>Auchan</b> (Frankreich)	La Rinascente kommt auf 7 Mrd. DM Umsatz mit 16.000 Beschäftigten, Auchan auf 36 Mrd. DM mit 36.000 Mitarbeitern (1996).
1997 3.5.0	Lebensmittel	<b>Spar Handels AG, Schenefeld</b> mit <b>Promohypermarkt, Sulzbach</b> (beide Deutschland)	
05/1997 3.5.5	Textilkauf- häuser	Verschmelzung der <b>Leffers AG, Bielefeld</b> auf die <b>Sinn AG, Köln</b> (beide Deutschland) zur <b>Sinn Leffers AG, Hagen</b> (beide Deutschland)	Sinn erwirtschaftete 1996 in 36 Häusern einen Umsatz von 1,2 Mrd. DM - Leffers 586 Mio. DM. Nach dieser Fusion entsteht Deutschlands drittgrößter Textileinzelhändler an 46 Standorten.
1997 3.5.17	Lebensmittel	<b>Allkauf, Mönchengladbach</b> übernimmt die <b>Konsumgenossenschaft Dortmund-Kassel, Dortmund</b> (beide Deutschland)	
07/1997 3.5.6	Heimwerker- märkte	<b>Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG, Kirkel/Saar</b> erwirbt die <b>Baumarktkette Wolfgang Wirichs GmbH &amp; Co, Krefeld</b> zum 01.10.1997 (beide Deutschland)	Die Praktiker Gruppe, an der die Kölner Metro AG mit 75 % beteiligt ist, erwirtschaftete 1995/96 einen Umsatz von 4,3 Mrd. DM in 215 deutschen und 13 ausländischen Standorten. Wirichs mit 60 Standorten erzielte einen Umsatz von 870 Mill. DM. Mit der Fusion entsteht das größte deutsche Baumarktunternehmen mit mehr als 5 Mrd. DM Umsatz.
12/1997 3.5.7	Cash & Carry	<b>Metro AG</b> übernimmt das Cash & Carry Geschäft der niederländischen <b>SHV Makro N.V.</b> (Deutschland/Niederlande)	Mit der Übernahme erhöht Metro seine Auslandspräsenz um rund 200 Cash & Carry-Standorte in 16 Ländern Europas. Der Auslandsanteil am Nettoumsatz steigt auf 39 %.
12/1997 3.5.7	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	<b>Wal-Mart Stores Inc., Bentonville/Arkansas</b> (USA) kauft die mittelständische Firmengruppe <b>Wertkauf, Karlsruhe</b> (Deutschland)	Wertkauf mit 21 Märkten in Deutschland und 2,5 Mrd. DM Umsatz; Wal-Mart als weltweit größte Einzelhandelskette mit 1.904 Wal-Mart-Märkten, 436 "Supercenters", 444 "Sams Clubs" in den USA, 396 Märkten in Mexiko, 144 in Kanada, 12 in Puerto Rico, 8 in Argentinien und Brasilien, 3 in China, 2 in Indonesien; Gesamtumsatz 1996: 105 Mrd. \$, Gesamtbeschäftigte: 700.000;

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

02/1998 3.5.8	Haushalts- waren	<b>Otto-Versand</b> (Deutschland) kauft die Mehrheit am US-Einzelhandelsunternehmen <b>Crate &amp; Barrel, Chicago (USA)</b>	Crate & Barrel ist mit 62 Geschäften in den USA führender Einzelhändler für hochwertige Haushaltswaren, Inneneinrichtung, Haustextilien, Möbel u. Accessoires mit einem Umsatz von 400 Mill. \$ 1997.
02/1998 3.5.9	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	<b>Metro-AG, Köln</b> (Deutschland) kauft den Mittelständler <b>Allkauf, Mönchengladbach</b> (Deutschland)	Allkauf mit 94 SB-Warenhausstandorten, davon 24 in Ostdeutschland, (5 Mrd. DM Umsatz 1997) und 149 Reisebüros, Franchise-Sparte Foto und Optik: Gesamtumsatz der Allkauf-Gruppe: 7 Mrd. DM; <u>Metro-Gruppe</u> : Gesamtumsatz ca. 93 Mrd. DM 1997;
02/1998 3.5.10	Warenhäuser /Versand- handel/ Textilkauf- häuser	<b>Schickedanz-Gruppe, Fürth</b> (Muttergesellschaft des Versandhandelskonzerns Quelle) übernimmt die Anteilsmajorität der <b>Karstadt AG, Essen</b> (beide Deutschland)	Bildung eines Handels- und Dienstleistungskonzerns mit den Hauptaktivitäten Karstadt/Hertie-Kaufhäuser, Quelle- u. Neckermann-Versand, Condor-NUR-Touristik, Sinn-Leffers-Textilhäuser, sowie Finanzdienstleistungen mit einem Gesamtumsatz von 40 Mrd. DM; Synergien sollen in Einkauf, Logistik, Verwaltung und auf neuen Märkten entstehen.
05/98 3.5.11	Elektronik- märkte	<b>Kingfisher-Gruppe</b> (Großbritannien) beteiligt sich mit 60 % am Berliner <b>Elektronik-Handelsunternehmen Wegert</b> , das seinerseits 100 % der <b>Pro Markt-Holding</b> übernimmt (Deutschland)	Pro Markt mit 50 Elektro-Fachmärkten und 110 Fotofachgeschäften; Umsatz: 1,4 Mrd. DM (1997); Kingfisher mit 7 Mrd. DM Umsatz in Europa und gesamt ca. 19 Mrd. DM;
05/1998 3.5.12	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	<b>Ahold N.V., Zaandam</b> (Niederlande) übernimmt <b>Giant Food Inc., Landover/Maryland</b> (USA)	Mit dieser Übernahme entsteht der viertgrößte Einzelhandelskonzern der Welt, nach Wal-Mart (USA), Metro (Deutschland) und Carrefour (Frankreich). Ahold kann damit in den USA auf 176 Geschäfte mit rund 28.000 Mitarbeitern zugreifen.

05/1998 3.5.13	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	<b>Vendex Food Groep, Amsterdam</b> und <b>De Boer Unigro N.V., Amersfoort</b> (beide Niederlande) fusionieren zur <b>Laurus N.V.</b>	Der Zusammenschluß soll auf Basis von Gleichwertigkeit durch Aktientausch entstehen. Das neu entstandene Unternehmen wird mit 25 % Marktanteil eine führende Position im niederländischen Lebensmittelmarkt einnehmen (nach Ahold N. V. Zaandam mit ihrer Kette Albert Heijn mit einem Marktanteil von 28 % 1997). Der Umsatz beider Unternehmen betrug 1997 10,2 Mrd. DM. In rund 2.700 Geschäften in den Niederlanden, Belgien und Spanien arbeiten insgesamt 36.000 Beschäftigte, davon 6.500 außerhalb der Niederlande.
06/1998 3.5.14	Lebensmittel/ SB- Warenhäuser	<b>ITM Entreprises S.A. (Intermarché)</b> (Frankreich) verstärkt ihren Einfluß auf die <b>Spar-Handels-AG</b> (Deutschland), die die <b>Pfannkuch</b> und <b>Pro-Supermärkte</b> (ebenfalls Deutschland) übernommen hat	Mit der Anteilsübernahmen der schweizerischen Zwischenholding Intercontessa AG durch Intermarché verstärkt sich das Engagement der französischen Gruppe bei Spar. Durch den zentralisierten Einkauf und die avisierte Produktion von Eigenmarken sollen wirtschaftliche Verbesserungen erzielt werden. Spar ist die viertgrößte deutsche Lebensmittelhandelsgruppe mit einem Marktanteil von 10,6 %, die durch den Zukauf von Pfannkuch (Netto-Umsatz 1997: 1,1 Mrd. DM) und der Pro-Supermärkte mit 790 Mill. DM Umsatz weiter expandierte.
06/1998 3.5.15	Heimwerker- märkte	<b>Rewe-Gruppe</b> übernimmt 52 Märkte der in Konkurs geratenen <b>Götzen-Gruppe, Duisburg</b> (beide Deutschl.)	
06/1998 3.5.16	Lebensmittel/ Textil/ Lederwaren	<b>Verkauf der Metro-Tochtergesellschaften Maxdata</b> (Computermärkte), <b>Adler</b> (Modemärkte), <b>Reno</b> (Schuhmärkte), <b>Tip</b> (Discountmärkte), <b>Sigma</b> (Bürofachmärkte), <b>Kaufhalle</b> (Lebensmittel) an die <b>Divag AG &amp; Co.KG</b> (beide Deutschland)	Die Divag stellt ein Verwertungsunternehmen unter Leitung eines bisherigen Metro-Vorstandes, zusammen mit Finanzinvestoren unter Führung der Deutschen Bank dar, mit dem Ziel, die Märkte bis zum endgültigen Verkauf zwischen zuparken. Die genannten Märkte haben einen Umsatz von 16 Milliarden DM. Der Verkaufspreis wird mit 2 Mrd. DM beziffert. Die Metro AG will sich künftig auf die lukrativen Geschäftsfelder Cash & Carry, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte und die Nonfood-Fachmärkte (Media/Saturn und Praktiker) konzentrieren.

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

08/1998 3.5.17	Lebensmittel	<b>Metro AG</b> übernimmt das südwestdeutsche Lebensmittelunternehmen <b>Kriegbaum, Böblingen</b> zum 01.08.1998 (beide Deutschland)	
09/1998 3.5.18	Baumärkte	<b>Kingfisher Plc., London</b> übernimmt die Mehrheit an <b>Castorma, Lille</b> (Großbritannien/Frankreich)	Die Baumarktsparte von Kingfisher, B & O als Marktführer mit 19 % Anteil in Großbritannien und Castorama ebenfalls Marktführer in Frankreich werden damit zum größten Anbieter von Heimwerkerprodukten in Europa und zum drittgrößten in der Welt mit ca. 11,3 Mrd. DM Jahresumsatz.
12/1998 3.5.19	SB-Warenhäuser	<b>Spar-Handels-AG, Schenefeld</b> bei <b>Hamburg</b> (Deutschland) verkauft 74 Interspar-SB-Warenhäuser an die US-amerikanische Warenhauskette <b>Wal-Mart, Bentonville / Arkansas</b> (USA)	Mit dem Verkauf von 74 SB-Warenhäusern mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 21.500 m <sup>2</sup> und insgesamt rund 7.700 Mitarbeitern ist Wal-Mart in Deutschland an 95 Standorten präsent. Damit erzielt Wal-Mart einen Umsatz von mehr als 5 Mrd. DM in Deutschland, bei einem Gesamtumsatz von 108 Mrd. US-\$ (1997).
12/1998 3.5.20	Baumärkte	<b>Rewe Gruppe, Köln</b> kauft die Baumarktsparte der Veba-Tochter <b>Stinnes AG, Mülheim</b> (beide Deutschland)	Mit der Übernahme zum 01.01.1999 erreicht die Rewe-Gruppe einen Baumarktumsatz von über 3 Mrd. DM. Damit avanciert sie zur Nr. 3 in Deutschland nach dem Branchenführer Obi (Tochter der Tengelmann-Gruppe) mit 5,5 Mrd. DM Umsatz und Praktiker (Metro-Gruppe) mit 4,7 Mrd. DM.
12/1998 3.5.21	Lebensmittel	<b>Tengelmann</b> übernimmt zum 01.03.1999 165 Filialen der <b>Tip Discount Handels GmbH</b> (beide Deutschland)	Mit der Tip-Übernahme wächst der Discount-Bereich auf mehr als 2.800 Läden. Der Umsatz der Tengelmann-Gruppe lag im Geschäftsjahr 1997/98 (zum 30.06.) weltweit bei 53,2 Mrd. DM.
01/1999 3.5.22	Lebensmittel	<b>Rewe Gruppe, Köln</b> übernimmt den österreichischen Lebensmittelfilialisten <b>Julius Meinl AG, Wien</b> (Deutschland/Österreich)	Durch Veto der Europäischen Kommission konnten nur 162 von 340 Meinl-Filialen durch Rewe übernommen werden. 45 Filialen sollen in Drogeriemärkte umgewandelt werden, während 117 Filialen durch Meinl eigenständig weitergeführt werden auf Grund der Sicherung von Marktzutrittsschranken in Österreich.



**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

04/1999 3.5.23	Versandhandel	<b>Otto Versand, Hamburg</b> übernimmt das Versandhandelsunternehmen <b>Freemans Plc., London</b> (Deutschland/Großbritannien)	Durch die Übernahme von Freemans erhöht Otto seinen Auslandsanteil von 49,2 % auf gut 50 %. In 1998 erwirtschaftete Otto einschließlich des US-Versenders Spiegel 33 Mrd. DM mit einer Steigerung von 10 % gegenüber 1997. Durch Freemans erhält Otto einen Marktanteil von 15 statt bisher 8 % im britischen Markt.
06/1999 3.5.24	Lebensmittel	<b>Wal-Mart Stores Inc., Bentonville/Arkansas</b> (USA) übernimmt die Supermarktkette <b>Asda Plc., Leeds</b> (USA/ Großbritannien)	Für über 20 Mrd. DM kauft sich Wal-Mart in den britischen Lebensmittel-einzelhandelsmarkt ein, nachdem die Versuche von Kingfisher, ebenfalls Großbritannien, Asda zu übernehmen, nicht zum Erfolg kamen. Asda, drittgrößter Kettenmarkt Großbritanniens, verkauft in seinen Supermärkten neben Lebensmitteln auch Bekleidung.
08/1999 3.5.25	Warenhäuser und Versandhandel	<b>Karstadt, Essen</b> und <b>Quelle AG, Fürth</b> verschmelzen zur <b>Karstadt-Quelle AG</b> mit Sitz in <b>Essen</b> (beide Deutschland)	Der künftige Konzern repräsentiert einen Umsatz von 33,4 Mrd. DM und liegt damit im deutschen Mittelfeld. (Metro mit 90 Mrd. DM, Edeka-Gruppe, Tengelmann mit deutlich über 50 Mrd. DM). Als größter Warenhauskonzern erreicht er eine führende Position im <u>Bekleidungseinzelhandel</u> .
08/1999 3.5.26	Lebensmittel	<b>Carrefour S.A.</b> und <b>Promodès S.A.</b> fusionieren. (beide Frankreich)	Mit dieser Fusion entsteht in Frankreich der größte Handelskonzern und der zweitgrößte Einzelhändler der Welt (47,01 Mrd. Euro Umsatz 1998), nach Wal Mart (133,19 Mrd. Euro 1998) aber noch vor Metro (46,89 Mrd. Euro 1998). Beide Konzerne beherrschen damit 29 % des Lebensmittel-einzelhandelsmarktes in Frankreich. Sie betreiben 9.000 Geschäfte in 26 Ländern mit weltweit 240.000 Mitarbeitern mit dem Spektrum Supermärkte, Warenhäuser und Baumärkte.

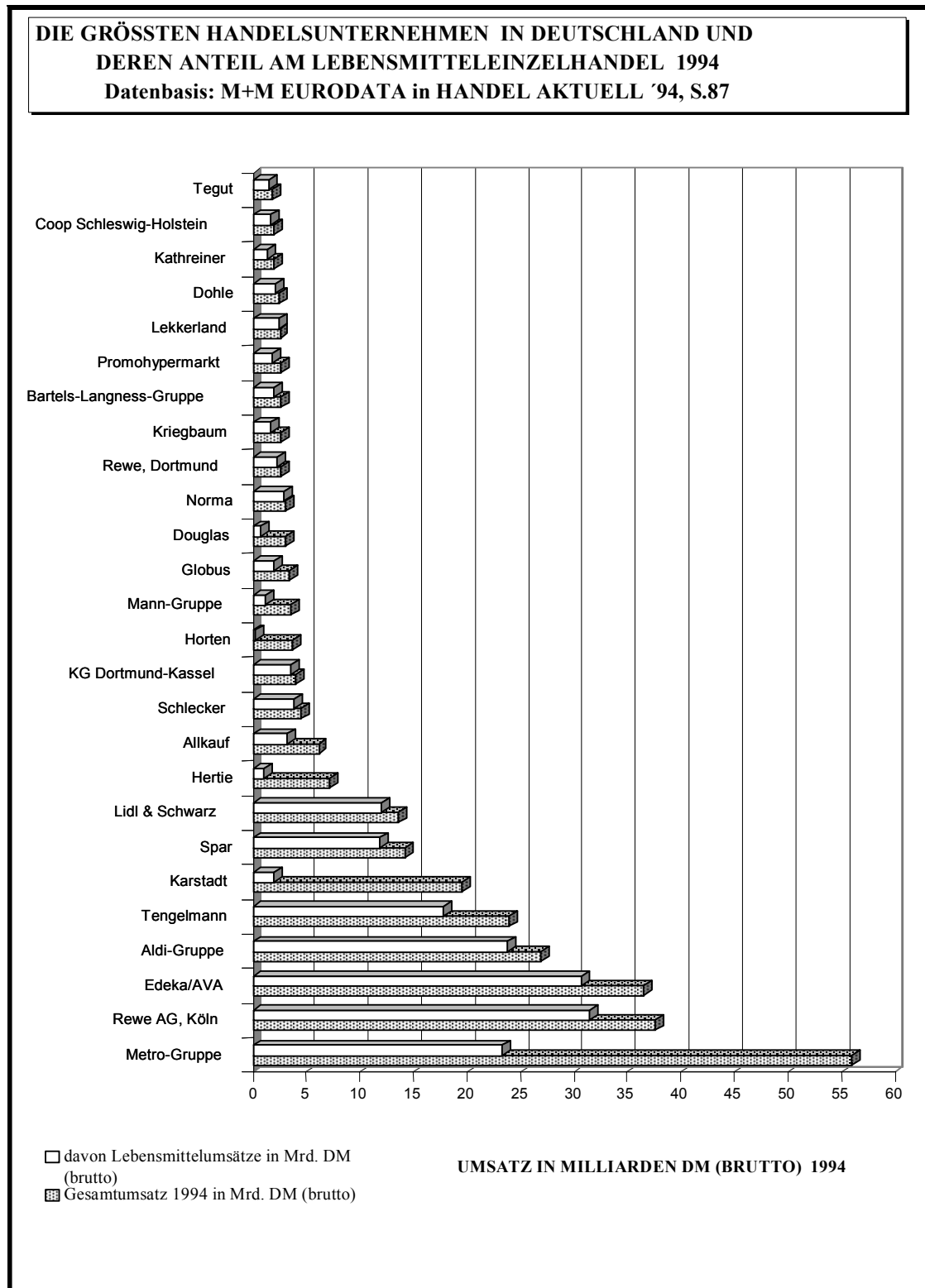
09/1999 3.5.27	Lebensmittel	<p><b>Tengelmann-Gruppe, Mühlheim</b> will die Lebensmittelsparte ihres Unternehmens an die <b>Edeka-Gruppe, Hamburg</b> (beide Deutschland) abtreten</p>	<p>Das traditionelle Stammgeschäft des Familienunternehmens, die 1.328 Tengelmänn- und Kaiser's-Supermärkte sowie die 104 Grosso- und Magnet-Verbrauchermärkte sollen in strategischer Allianz mit Deutschlands größtem Lebensmittel-einzelhändler und mit Abstand größtem Supermarktbetreiber, der Edeka-Gruppe, geführt werden. Die Tengelmänn-Gruppe will im Rahmen ihres Restrukturierungsprozesses sich auf 4 Geschäftsfelder konzentrieren. Dazu gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Plus Warenhandelsgesellschaft mbH mit dem Markendiscouter Plus mit über 3.500 Filialen in 7 Ländern</li> <li>• Die Deutsche Heimwerkermarkt Holding GmbH mit der Obi Bau- und Heimwerkermarktkette mit 419 Märkten (Franchise-System) und 6,885 Mrd. DM Umsatz in Deutschland die Nummer 1</li> <li>• Die KIK Textildiskont &amp; Nonfood GmbH mit dem Textildiscouter KIK mit 500 Filialen und 400 Mill. DM Umsatz und die Takko Modemarkt GmbH mit Takko und 450 Outlets mit 900 Mill. DM Umsatz</li> <li>• Die US- Lebensmitteleinzelhandelstochter A&amp;P mit derzeitigen Erlösen von 17,8 Mrd. DM</li> </ul>
-------------------	--------------	---	---

3.5.0	Handel aktuell '97, S. 77		
3.5.1	Handelsblatt vom 21.10.1994	3.5.2	Handelsblatt vom 27.10.1995
3.5.3	Handelsblatt vom 24.07.1996	3.5.4	Handelsblatt vom 21.05.1997
3.5.5	Handelsblatt vom 27.05.1997	3.5.6	Handelsblatt vom 30.07.1997
3.5.7	Handelsblatt vom 19.12.1997	3.5.8	Handelsblatt vom 13.02.1998
3.5.9	Handelsblatt vom 27.02.1998	3.5.10	Handelsblatt vom 03.03.1998
3.5.11	FAZ vom 07.05.1998, S.27	3.5.12	Handelsblatt vom 22.05.1998
3.5.13	Handelsblatt vom 26.05.1998	3.5.14	Handelsblatt vom 12.06.1998
3.5.15	Handelsblatt vom 03.12.1998	3.5.16	Handelsblatt vom 16.11.1998
3.5.17	Handel aktuell '98, S. 124	3.5.18	Handelsblatt vom 28.09.1998+
3.5.19	Handelsblatt vom 10.12.1998	3.5.20	Handelsblatt vom 03.12.1998, S. 16
3.5.21	Handelsblatt vom 23.12.1998, S 11	3.5.22	Handelsblatt vom 12.01.1999, S. 21 Handelsblatt vom 04.02.1999
3.5.23	Handelsblatt vom 08.04.1999, S. 17	3.5.24	Handelsblatt vom 19.04.1999, S. 13 FAZ vom 16.06.1999, S. 22
3.5.25	Handelsblatt vom 20.04.1999, S. 17 Handelsblatt vom 02.08.1999, S. 13	3.5.26	Handelsblatt vom 31.08.1999, S. 1, 13, 14
3.5.27	Handelsblatt vom 17./18.09.1999, S. 1, 13		

### Anlage 3.6

Die größten Handelsunternehmen in Deutschland im Jahr 1994 und deren Anteil am Lebensmitteleinzelhandel

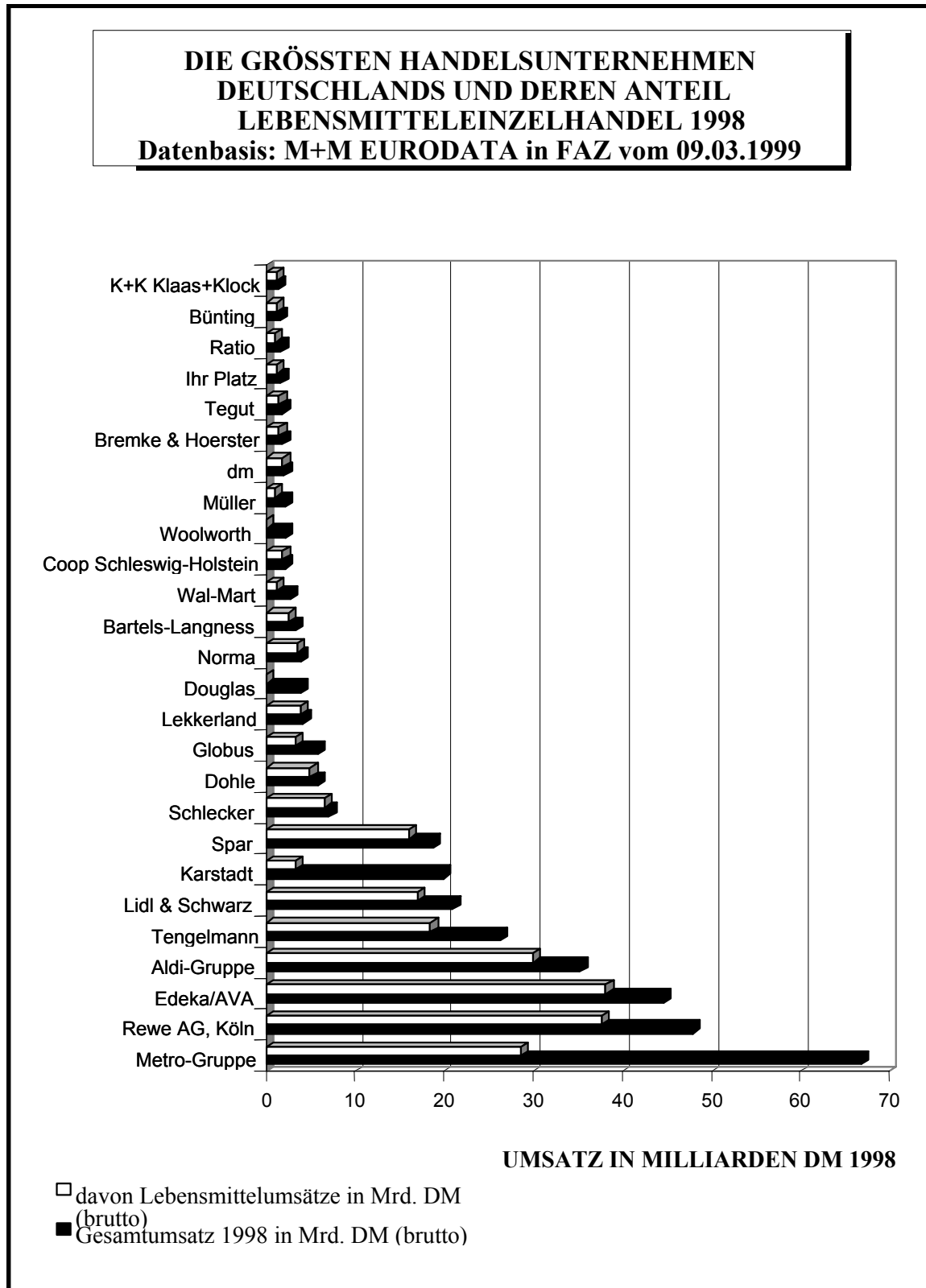
Quelle: Eigener Entwurf; Datenbasis: Handel aktuell '94, S. 87



### Anlage 3.7

Die größten Handelsunternehmen in Deutschland im Jahr 1998 und deren Anteil am Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Eigener Entwurf; Datenbasis: FAZ vom 09.03.1999



### Anlage 3.8

Zusammenstellung vorhandener und geplanter Shopping-Center in Deutschland

Quelle: Eigene Ermittlungen und <sup>3.8.1</sup>

Lfd. Nr.	ORT	NAME	BUNDES-LAND	ER-ÖFFNUNG	Verkaufsfläche in m²
2	Berlin-Neukölln	Gropius-Passagen	Berlin	1998	60.000
3	Berlin	Potsdamer Platz Arkaden		1998	44.000
4	Berlin	EKZ Leipziger Platz		2000	41.300
5	Berlin-Köpenick	Forum Köpenick		1997	40.700
6	Berlin	Ring-Center		1997	37.000
7	Berlin	Friedrichstadt-Passagen		1996	34.100
8	Berlin-Pankow	Rathaus-Galerie		1998	32.000
9	Berlin	Schönhauser-Allee-Arcaden		1999	30.000
10	Berlin-Neukölln	Forum Neukölln		1998	25.000
11	Berlin-Wedding	Gesundbrunnen-Center		1997	25.000
12	Berlin	Linden-Center		1995	25.000
13	Berlin-Steglitz	Forum Steglitz		1970	24.600
14	Berlin-Tegel	EKZ Am Borsigturm		1998	22.000
15	Berlin	Europa-Center		1965	21.100
16	Berlin-Lichtenberg	EKZ Berlin-Lichtenberg		1999	21.000
17	Berlin	Tegel-Center		1992	20.900
18	Berlin-Wilmersdorf	EKZ Prager Platz		1999	20.000
19	Berlin-Treptow	Park-Center		1999	20.000
20	Berlin	EKZ Storchenhof		1997/2000	20.000
21	Berlin	Landsberger Allee		1993	19.100
22	Berlin-Hellersdorf	City-Center		1998	17.000
23	Berlin-Reinickendorf	Der Clou		1988	16.800
24	Berlin	Spree-Center		1993	15.200
25	Berlin	Hohenschönhauser Tor		1997	13.500
26	Berlin	Kurfürstendamm-Karree		1974	13.300
27	Berlin	Märkische Zeile		1990	13.000
28	Berlin-Hohenschönhausen	Allee-Center		1994	12.300
29	Wildau	A 10-Center	Brandenburg	1996	69.400
30	Frankfurt/Oder	SMC Spitzkrug Multi Center		1992	47.500
31	Dallgow	Havelpark		1995	45.000
32	Groß Gaglow	Lausitz Park		1993	44.300
33	Marquardt b. Potsdam	Friedrichspark		1999	43.000
34	Eiche bei Potsdam	Kaufpark Eiche		1994	41.500
35	Groß Machnow	Südring Center		1994	40.600
36	Gosen	Müggel-Park		1994	37.100
37	Brandenburg	Beetzsee-Center		1993	37.100
38	Potsdam	Stern-Center		1996	35.000
39	Eisenhüttenstadt	City-Center		1993	29.000
40	Neuruppin	Reiz Ruppiner EKZ		1994	25.000
41	Bernau	Bahnhofs-Passage		1996	21.000
42	Cottbus	Cottbus-Center		1993	20.900
43	Schwedt	Oder-Center		1994	18.000
44	Wittenberge	Westprignitzer EKZ		1993	17.700
45	Frankfurt/Oder	Der Oderturm		1993	16.100
46	Werder bei Potsdam	Werder-Park		1993	16.100
47	Cottbus	Lausitzer Hof		1995	11.500
48	Eberswalde	Rathauspassage		1996	11.000
49	Potsdam-Waldstadt	famila Center Waldstadt		1995	10.200

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

50	Sievershagen bei Rostock	Ostsee-Park	Mecklenburg-Vorpommern	1994	51.000
51	Bentwisch bei Rostock	Hansa-Center		1995	42.000
52	Neubrandenburg	Bethanien Center		1994	39.800
53	Greifswald	Elisen-Park		1993	34.200
54	Schwerin-Krebsförden	Sieben Seen Center		1995	31.600
55	Langendorf bei Stralsund	Ostsee-Center Stralsund		1993	21.800
56	Gägelow bei Wismar	Mecklenburger EKZ		1992	26.700
57	Stralsund	Strela-Park		1995	25.000
58	Schwerin	Schloßpark-Center		1998	20.000
59	Greifswald	Dom-Passagen		1997	20.000
60	Rostock	Warnow Park		1995	18.800
61	Stavenhagen	EKZ Reutereiche		1993	17.800
62	Neubrandenburg	Lindetal-Center		1993	15.000
63	Neubrandenburg	Marktplatz-Center		1998	14.200
64	Parchim	Parchimer Center		1996	12.000
65	Schwerin	Der Wurm		1998	12.000
66	Rostock	Portcenter Am Kabutzenhof		1990	11.500
67	Leipzig	EKZ Paunsdorf	Sachsen-Anhalt	1994	80.000
68	Magdeburg	Flora-Park		1993	70.800
69	Halle/Peißen	Halle-Center		1993	54.000
70	Großpösna bei Leipzig	Pösna-Park		1993	53.552
71	Hermsdorf bei Magdeburg	Elbe-Park		1993	46.700
72	Burghausen b. Leipzig	Löwen EKZ		1993	41.700
73	Magdeburg	City-Carré		1997	40.000
74	Magdeburg	Börde-Park		1994	30.000
75	Halle-Bruckdorf	HEP		1995	39.900
76	Leißling bei Weißenf.	Saale-Unstrut-Center		1993	39.900
77	Dessau	Kaufland-Center		1994	30.800
78	Dessau	Rathaus-Center		1993	29.000
79	Leipzig	Leipziger Hauptbahnhof		1997	27.000
80	Magdeburg	Allee-Center Zentraler Platz		1998	25.000
81	Bernburg	Prima-Einkaufs Park		1993	24.700
82	Schönebeck	Salzer-Park		1994	24.000
83	Wust	Brandenburger EKZ		1992	24.000
84	Leipzig-Grünau	Allee-Center		1996	24.000
85	Dessau	Junkerspark		1993	19.200
86	Bobbau	Mulde Park		1996	21.100
87	Halle	Kaufland-Center		1996	21.000
88	Halberstadt	Rathauspassage		1998	21.000 *
89	Halle	Bruckdorf-Center		1994	20.500
90	Tangermünde	Hanse Park		1993	20.200
91	Wittenberge	Westprignitzer EKZ		1993	20.000
92	Stendal	Altmark-Park		1994	19.500
93	Leipzig	Deutrichs Hof		1999	16.500
94	Bobbau	Edeka Neukauf		1995	15.600
95	Schönebeck	Salzer Park		1994	14.100
96	Leipzig	Marktgalerie		1999	13.000
97	Halle	Ritterhaus		1997	13.000
98	Brehna	Prima Einkaufs Park		1991	12.100
99	Merseburg	Merseburger Schloß Passage		1993	11.600
100	Halle	Charlotten-Center		1995	6.680
101	Günthersdorf zw. Halle und Leipzig	Saale-Park (Gesamtfl. inclusive Ikea und Höffner)	Freistaat Sachsen	1991	133.000

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

102	Röhrsdorf b. Chemnitz	Chemnitz-Center		1996	79.800
103	Röhrsdorf bei Dresden	Elbe-Park		1995	62.800
104	Chemnitz	Alt-Chemnitz-Center		1993	46.100
105	Riesa	Riesa Park		1993	45.700
106	Dresden	Kaufpark		1996	45.000
107	Chemnitz	Sachsen-Allee		1997	40.000
108	Seehausen bei Leipzig	Sachsenpark		1992/1996	37.000
109	Annaberg-Buchholz	Erzgebirgscenter		1995	37.000
110	Cottbus	Lausitz-Park		1993	36.000
111	Dresden-Weissig	Centerpark-Weissig		1998	29.500 *
112	Meißen	Elbe-Center		1994	27.000
113	Plauen	Elster Park		1995	25.000 *
114	Leipzig	Allee-Center		1996	24.000
115	Chemnitz	Vita-Center		1999	24.000
116	Chemnitz	Neefepark		1994	23.800
117	Plauen	Elster Park		1995	23.800
118	Cottbus	Spreemarkt Gallinchen		1994	23.100
119	Döbeln	EKZ Döbeln		1994	22.100
120	Steinpleis bei Werdau	Pleissen-Center		1992	21.491
121	Leipzig	Marktgalerie		2000	21.000 *
123	Torgau	Prima Einkaufs Park		1994	20.700
124	Dresden	Seidnitz Center		1994	20.600
125	Dresden	PEP Prohliser Einkaufs-Park		1996	20.000
126	Crimmitschau	LCC Langenbahn Center		1995	17.600
127	Plauen	Plauen Park		1994	17.600
128	Delitzsch	Prima Einkaufs Park		1994	17.000
129	Grimma	Prima Einkaufs Park		1994	14.600
130	Hoyerswerda	Lausitz Center		1995	12.000
131	Dresden	Gorbitz-Center		1994	12.000
132	Meißen	Elbe Center		1994	11.030
133	Dresden	Sachsen Forum Gorbitz		1996	10.500
134	Bautzen	Kornmarkt Center		2000	10.000
135	Gera	Gera-Arcaden	Freistaat	1998	30.000
136	Jena	Burgau-Park	Thü- ringen	1995	25.750
137	Hötzelroda	PEP		1993	25.600
138	Jena	Lobe-Center		1994	24.660
139	Erfurt	TEC-Thüringer Einkaufscenter		1996	24.000
140	Sonneberg	EKZ Marktkauf		1994	24.000
141	Erfurt	Thüringenpark		1994	23.500
142	Erfurt	Forum am Anger		1999-2000	23.000
143	Eisenach	EKZ Marktkauf		1993	21.183
144	Saalfeld	EKZ Marktkauf		1994	20.360
145	Gera	Golde-Einkaufszentrum		1995	20.000
146	Jena	Goethe-Galerie		1996	19.200
147	Gera	Bieblach-Center		1994	17.100
148	Nordhausen	Südharz Galerie		1995	17.000
149	Suhl	EKZ Marktkauf		1995	16.300
150	Weimar	EKZ Süßenborn		1994	15.800
151	Weimar	Classic-Center		1994	15.500
152	Gera	Kaufpark Gera		1991	14.200
153	Jena	Schiller-Passage		1994	13.700
154	Nordhausen	EKZ Marktkauf		1995	13.230
155	Erfurt	Anger 1		1999	12.000
156	Suhl	Lauterbogen-Center		1996	10.000



**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

157	Friedrichshafen	Bodensee-Center	Baden- Württem- berg	2000	40.000 *
158	Sindelfingen	Breuningerland		1980	38.000
159	Ulm	Blautal-Center		1997	37.000
160	Ludwigsburg	Breuningerland		1973	35.000
161	Hockenheim	Hockenheim-Center		1995	35.000
162	Villingen- Schwenningen	FMZ Am Zentralbereich		1999	30.000 *
163	Ludwigsburg	EKZ Ludwigsburg		2000	30.000
164	Leonberg	Leo-Center		1973/1995	27.000
165	Mannheim	EKZ Alte Seilerei		1998	23.000
166	Ludwigsburg	Marstall Center		1974	22.000
167	Karlsruhe	Postgalerie		2000	20.000
168	Sindelfingen	EKZ Mercedesstr.		1998	20.000
169	Waiblingen	Rems Park		1997	18.000
170	Böblingen	City Center		1980	18.000
171	Weil am Rhein	Rhein Center		1991	17.000
172	Heidelberg	famila Center		1973	14.300
173	Esslingen	Neckar Center		1968	14.000
174	Heilbronn	Wollhausplatz-EKZ		1975	13.600
175	Mannheim	City Point Mannheim		1998	11.500
176	Böblingen	EKZ Böblingen		1967	10.600
177	Freiburg	Schwarzwald-City		1973	8.500
178	Neu-Ulm	Mutschler-Center	Bayern	1997	70.000
179	Regensburg	Donau-EKZ		1967	58.300
180	Schwabach	Huma-Einkaufspark		1995	47.000
181	München	Olympia EKZ		1972/1994	47.000
182	München	PEP EKZ Perlach		1981	44.000
183	Nürnberg	Franken-Zentrum		1969/1993	40.000
184	Ingolstadt	Westpark		1996	36.000
185	Ansbach	Brücken-Center		1997	31.000
186	Augsburg	City-Galerie		2000	30.000
187	Aschaffenburg	City Galerie		1974	28.700
188	Straubing	Gäubodenpark		1990	26.800
189	Regensburg	Alex-Center		1979/1997	24.000
190	Fürth	City Center Fürth		1985	23.800
191	München	Stachus EKZ		1970	22.300
192	Abensberg	EKZ Abensberg		1994	21.300
193	Kulmbach	EKZ Kulmbach		1999	20.000
194	Augsburg	Neues Schwaben Center		1971	19.100
195	Erlangen	Neuer Markt		1970	17.600
196	Bamberg	Atrium		1990	17.600
197	Deggendorf	Einkaufspassage Deggendorf		1998	17.500
198	Bayreuth	Rotmain-Center		1997	16.000
199	Kelheim	Kelheimer EKZ		1996	15.200
200	Nürnberg	City Point		1999	15.000
201	Passau	EKZ Passau		1998	15.000
202	Regensburg	Köwe Zentrum		1991	14.100
203	Kempten	Fenepark		1990	12.700
204	München	Elisenhof		1984	11.300
205	Augsburg	Viktoriapassage		1984	10.300
206	München	Stahlgruber-Center		1998	7.000
207	Bremerhaven	Weser-Park	Bremen	1996	90.000
208	Bremen	Roland-Center		1971/1999	27.000
209	Bremerhaven	Columbus-Center		1978	13.500

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

210	Hamburg	EKZ Hamburger Str.	Hamburg	1970	45.400
211	Hamburg-Poppenbüttel	Alstertal EKZ		1970/1991	42.000
212	Hamburg	Billstedt Center		1969/1996	40.000
213	Hamburg	Elbe-EKZ		1966/1993	33.000
214	Hamburg	Quarrée Wandsbek Markt		1988	25.300
215	Hamburg	Einkaufs Treffpunkt Famsen		1980	23.400
216	Hamburg	Mercado		1995	21.300
217	Hamburg	Herold-Center		1971/1995	20.000
218	Hamburg	Rahlstedt Center		1983	14.200
219	Hamburg	City Center Steilshoop		1974	14.100
220	Hamburg	Nedderfeld Center		1996	11.400
221	Hamburg	Eidelstedt Center		1986	11.200
222	Hamburg	Hanse-Viertel		1980	10.000
223	Sulzbach	Main-Taunus-Zentrum	Hessen	1964	98.000
224	Viernheim	Rhein-Neckar-Zentrum		1972	67.000
225	Frankfurt/Main	Nord-West-Zentrum		1968	50.100
226	Neu Isenburg	Isenburg Zentrum		2000	38.000
227	Frankfurt/Main	Hessen Center		1971/1998	35.000
228	Rüsselsheim	Rhein Main Center		1995	31.500
229	Raunheim	Mainspitze		1976	30.000
230	Offenbach	EKZ Offenbach		1999	27.500 *
231	Kassel	DEZ Kassel		1968/1997	26.000
232	Darmstadt	Luisen Center		1977	22.300
234	Wiesbaden	Adler Center		1995	20.000 *
235	Wetzlar	Herkules Center		1991	18.100
236	Fulda	Treffpunkt Löhertor		1984	12.400
237	Kassel	Königs Galerie		1995	12.300
238	Hanau	Grimm Center		1986	10.500
239	Kassel	Kurfürsten Galerie		1991	10.200
240	Frankfurt/Main	Zeilgalerie		1992	9.600
241	Göttingen-Grone	FMZ Göttingen	Nieder- sachsen	1998	30.000
242	Leer-Nüttermoor	Ems Park		1996	29.000
243	Laatzen	Leine Center		1973/1996	29.000
244	Hannover	Kröpcke-Center		2000	28.000 *
245	Oldenburg	famila Center		1976	27.100
246	Wolfsburg	CEC		2000	25.000
247	Hannover	Hannover-Hauptbahnhof		2000	20.000 *
248	Hannover	Ihme Zentrum		1974	24.800
249	Wilhelmshaven	Nordseepassage		1997	20.000
250	Pattensen	Calenberger Markthalle		1998	17.000
251	Garbsen	EKZ		1973	16.100
252	Langenhagen	City Center		1981	15.900
253	Papenburg	Ems Center		1980	13.800
254	Garbsen	Nord West Zentrum		1985	13.000
255	Northeim	City Center		1973	12.900
256	Braunschweig	City Point		1986	12.300
257	Garbsen	Shopping Plaza Garbsen		1996	12.000
258	Aurich	Carolinenhof		1983	11.500
259	Wolfsburg	Südkopf Center		1990	10.400
260	Lehrte	City Center		1998	4.700

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

261	Bochum	Ruhrpark	Nord- rhein- Westfalen	1964	110.000
262	Oberhausen	CentrO		1996	70.000
263	Mülheim/Ruhr	Rhein Ruhr Zentrum		1973	61.200
264	Hürth	Hürth Park		1977	48.800
265	Dortmund	Dortmunder"U"		2000	40.000
266	Leverkusen	Die Luminaden		1995	36.100
267	St. Augustin	Huma Einkaufspark		1977	35.000
268	Neuss	Huma Einkaufspark		1995	34.500
269	Bielefeld	City Passage		1977	33.300
270	Köln	Neumarkt Galerie		1998	33.100
271	Köln	Rhein-Center		19972/1995	32.000
272	Duisburg	Massa-Einkaufspark		1995	31.000 *
273	Bad Oeynhausen	Werre-Park		1998	30.000
274	Oberhausen	Bero Zentrum		1971	28.300
275	Paderborn	Südring Shopping Center		1995	28.000
276	Köln	City Center Chorweiler		1976/1995	27.000
277	Marl	Marler Stern		1974	26.400
278	Remscheid	Allee-Center		1986	26.000
279	Münster	Preussen Park		2001	25.000
280	Lüdenscheid	Stern-Center		1993	25.000
281	Essen	City Center Essen		1979	22.500
282	Mühlheim	Forum City Mülheim		1994	22.000
283	Siegen	City Galerie		1998	22.000
284	Hamm	Allee-Center		1992	21.000
285	Siegen	Siegerland Zentrum		1973	21.000
286	Essen	EKZ Altenessen		1973	19.000
287	Grevenbroich	Montanushof		1983	18.300
288	Bochum	Uni-Center		1973/1995	18.000
289	Bochum	Drehscheibe/City Point		1987/1992	18.000
290	Düsseldorf	Kö Galerie		1985	17.500
291	Köln	Galerie am Neumarkt		1998	17.000
292	Düsseldorf	Schadow Arkaden		1995	16.800
293	Solingen	Turmzentrum		1969	15.000
294	Paderborn	Libori Galerie		1995	14.000
295	Dortmund	Westfalen EKZ		1971	14.000
296	Recklinghausen	Löhrhof		1992	14.000
297	Duisburg	Averdunk Centrum		1984	13.579
298	Solingen	Clemens Galerien		1999	13.500
299	Wuppertal	Rathaus Galerie		1994	13.100
300	Velbert	Friedrich Passage		1999	13.000
301	Dormagen	Rathaus Galerie		1995	12.500
302	Leverkusen	City Center		1969	12.200
303	Köln	Köln-Hauptbahnhof		1999	11.500
304	Gelsenkirchen	Bahnhof-Center		1983/1990	11.000
305	Herne	Aktives City Center		1973	10.300
306	Krefeld	Schwanenmarkt		1976	10.200
307	Gummersbach	Bergischer Hof		1975	10.000
308	Köln	Olivandenhof		1988/1998	7.500
309	Alzey	Rheinhessen-Center	Rhein- land- Pfalz	1995	42.500
310	Koblenz	Löhr Center		1984	32.000
311	Gutenberg-Center	Mainz		1995	30.000
312	Ludwigshafen	Rathaus Center		1979/1985	28.000
313	Ludwigshafen	EKZ Ludwigshafen		1999	18.000
314	Wirges	EKZ Hüter		1989	12.700

**7. Anlage:** Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Unternehmens- und Flächendynamik:  
Anlagen zu Kapitel 3

315	Saarbrücken	Saar Basar	Saarland	1979	40.000
316	Neunkirchen	Saarpark Center		1989/1999	27.000
317	Saarbrücken	Saar Galerie		1991	22.500
318	Saarlouis	Galerie Kleiner Markt		1982/1993	11.000
319	Raisdorf	Ostsee Park	Schles-	1992	108.500
320	Flensburg	Förde Park	wig-	1996	40.000
321	Kiel	Sophienhof	Holstein	/2003	40.000
322	Lübeck	EKZ Am Bahnhof		1999	25.000
323	Schenefeld	Stadtzentrum Schenefeld		1991	27.200
324	Steinpleis	famila Pleissen Center		1992	21.500
325	Itzehoe	Holstein Center		1972	19.400
326	Kiel	Mettenhof Center		1973	10.700
327	Lübeck	Königspassage		1994	10.000
* VORAUSSICHTLICHE GESAMTFLÄCHE IN m²					

3.8.1

Handel aktuell '92, '94, '97, '98

IFO-Institut für Wirtschaftsforschung / FfH: Entwicklung des Handels in den neuen Bundesländern, 1993

Hallier, Bernd: Regionale Shopping Center, in: Der Handel, Heft 4/1991, S. 20-23

Pittroff, Rainer: Innenstadt-Center im Aufwind, in: Dynamik im Handel, Heft 5/1998, S. 63

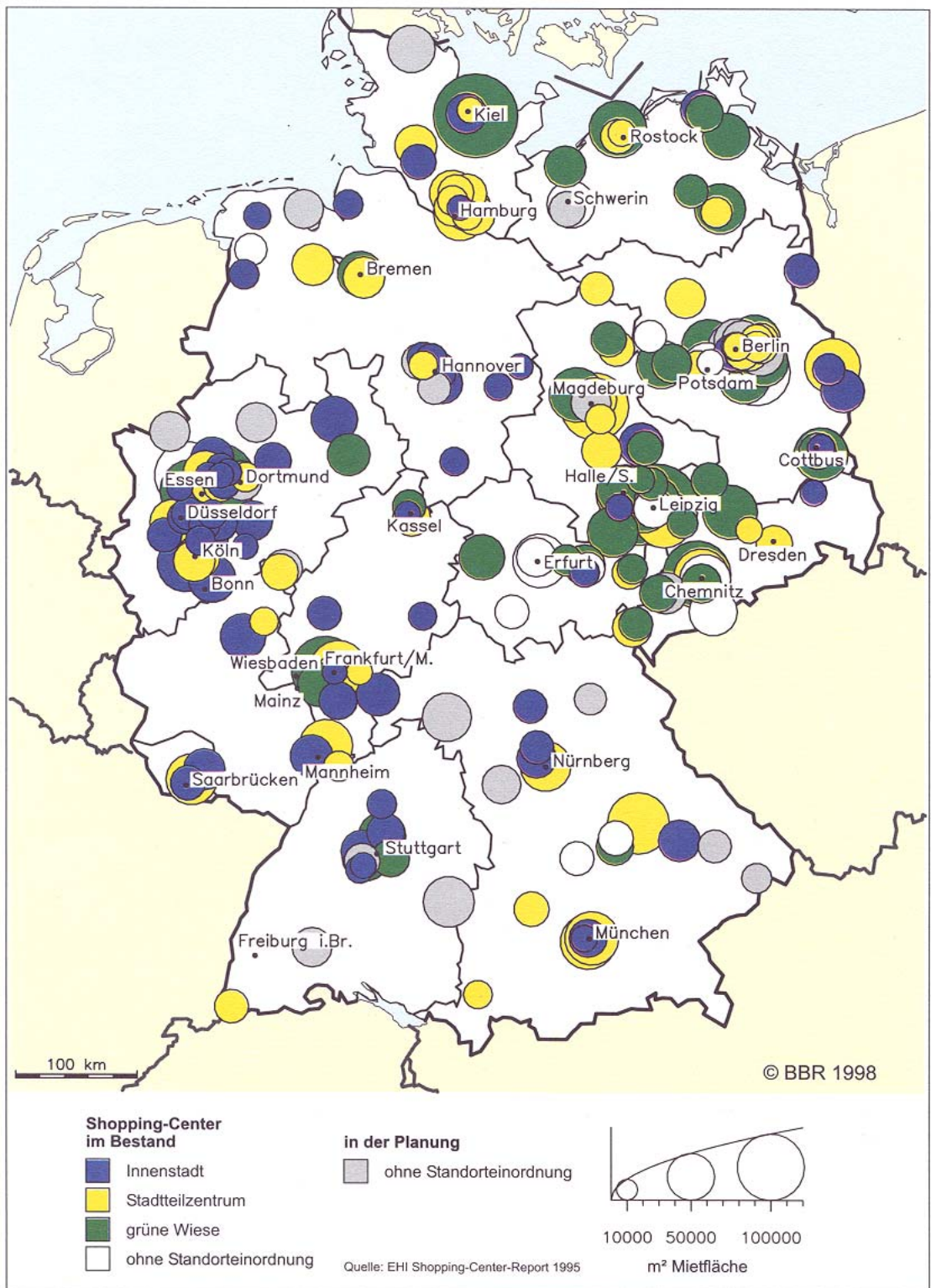
Informationen des German Council of Shopping Centers e.V., Stand November 1998

Eigene Ermittlungen

# ANLAGE 3.9:

# SHOPPING-CENTER ÜBER 10.000 m<sup>2</sup> MIETFLÄCHE IN DEUTSCHLAND

Quelle: BBR 1998



### Anlage 3.10

Beispiele von handelstechnisch nutzbaren Verkehrsstationen in Deutschland

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.10.1, 3.10.2</sup>

VER- KEHRS- STATION	STAND- ORT	VER- KAUFSFL. (in m <sup>2</sup> )	ER- ÖFF- NUNG	BEMERKUNGEN
Bahnhof	Berlin Ostb. hof	11.763	1999	
	Berlin- Lichtenberg	4.925	1999	
	Berlin-Zoo	7.204	2001	
	Bielefeld	4.177	2001	
	Bremen	4.180	2000	
	Dortmund	97.000		Projekt "Ufo" unbegrenztes Freizeitobjekt
	Hannover	7.000	2000	
	Kiel	3.652	2001	
	Köln	11.500	1999	Invest.volumen 130 Mio. DM Investor: DB AG
	Leipzig	27.000	1997	Invest.volumen 500 Mio. DM unter Einbeziehung privaten Kapitals; Betreiber: ECE; Mieter: Media-Markt, Rewe- Supermarkt, Aldi, Deichmann, Görtz, Leiser; 1.300 Parkplätze in 2 Parkhäusern;
	Mainz	5.074	2001	
	Mannheim	4.446	2001	
	Münster	6.633	2002	
	Nürnberg	10.019	2000	
	Stuttgart	50.000		
	Stralsund	1.413	1999	
	Weimar	1.219	1999	
	Wiesbaden	3.717	2001	
Flughäfen	Düsseldorf	7.000		
	Frankfurt/Main	50.000		Freizeiteinrichtung "Aero- world": Mix aus Enter- u. Infotainment, Gastronomie und 3 D-Kino
Tank- und Rastanlagen	Illertal/Ostseite (A 7)			Erste Kunstraststätte Deutsch- lands - Phantasiebau mit Disneylandcharakter

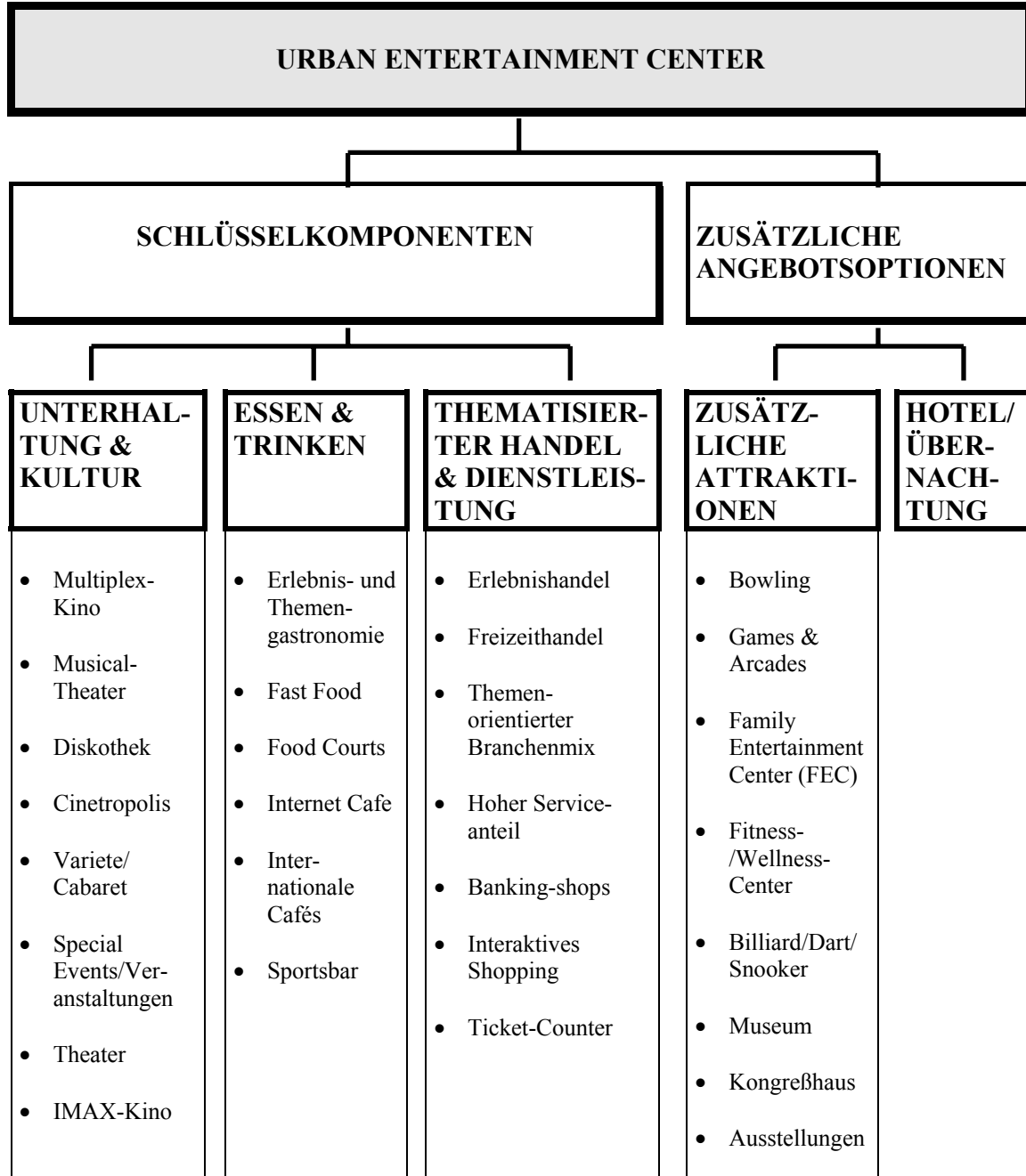
3.10.1 Pangels, Rolf: Einzelhandelsstandorte Bahnhöfe, Flughäfen, Tankstellen, in: BAG  
Handelsmagazin, Heft 5-6/1998, S. 22 - 27

3.10.2 I.T.C: Immobilien Team Consulting GmbH & Co; Stand: September 1999

### Anlage 3.11

#### Urban Entertainment Center - Bausteine und strategische Entwicklung

Quelle: 3.11.1, 3.11.2



3.11.1 Franck, Jochen: Urban Entertainment Centers - Spass muß sein, in: Immobilienmanager Heft 6/97 S. 8 - 18

3.11.2 Frechen, Joseph: Vom Versorgungseinkauf zum Freizeiterlebnis, Vortrag vom 13.09.1999 zum Deutschen Einzelhandels-Immobilien-Forum

### Anlage 3.12

Geplante FOC in Deutschland, Stand 1998/1999

Quelle: Eigene Ermittlungen

STANDORT	BUNDES- LAND	VERK.- FL. (m <sup>2</sup> )	REALISIERUNGS- STAND
<b>Gemarkung Ingolstadt</b> <sup>3.12.2</sup>	Bayern	25.000	Genehmigung durch Stadtrat im Nov. 1997 erteilt
<b>Zweibrücken</b> <sup>3.12.2</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf einer Konversionsfläche soll ein FOC mit Freizeitpark, Multimedia-Center entstehen.</li> <li>• Besuchererwartungen pro Jahr: 3 Mio. Kunden aus Deutschland, Frankreich, Luxemburg</li> <li>• Verkauf von im Schnitt 30 % billigeren Markenartikeln</li> <li>• Positiv-Argument in einer strukturschwachen Region: Schaffung von 1.400 zusätzlichen Arbeitsplätzen</li> </ul>	Rheinl.-Pfalz	38.000	Positive Beurteilung durch die Landesregierung; Aber Klage der umliegenden Städte Homburg, Neunkirchen, Pirmasens; <b>Klage wurde abgewiesen: Begründung: FOC keine Konkurrenz zum örtlichen Fachhandel</b>
<b>Wiebelsheim</b> <sup>3.12.2</sup>	Rheinl.-Pfalz	25.000	Ablehnung durch die Landesregierung
<b>Grevenbroich</b> <sup>3.12.2</sup> FOC-Planung mit Freizeitpark	Rheinl.-Pfalz	32.000	Vorliegende Gutachten von IHK und GfK empfehlen nur noch eine Größe von 11.000 m <sup>2</sup>
<b>Hückelhoven</b> <sup>3.12.2</sup> Innerstädtischer Standort auf einem ehemaligen Zechengelände	Rheinl.-Pfalz	10.000	Forderung nach Überarbeitung der landesplanerischen Anfrage durch die Landesregierung
<b>Wustermark: B5 Designer Outlet Center</b> <sup>3.12.2, 3.12.3</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansiedlung in einer strukturschwachen Region mit derzeit 20 % Arbeitslosigkeit</li> <li>• Schaffung von 300 Arbeitsplätzen</li> <li>• Verkauf von Vorjahreskollektionen und -sortimenten, Zweiter-Wahl-Produkten mit einem Preisnachlaß von 30 - 50 %</li> <li>• Erwartete Kundenfrequenz: 1,5 Mio. Besucher pro Jahr, 1.000 PKW-Stellplätze</li> </ul>	Brandenburg	11.300	Baugenehmigung ist erteilt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baubeginn Frühsommer 1998</li> <li>• Eröffnung Ende 1999</li> </ul>



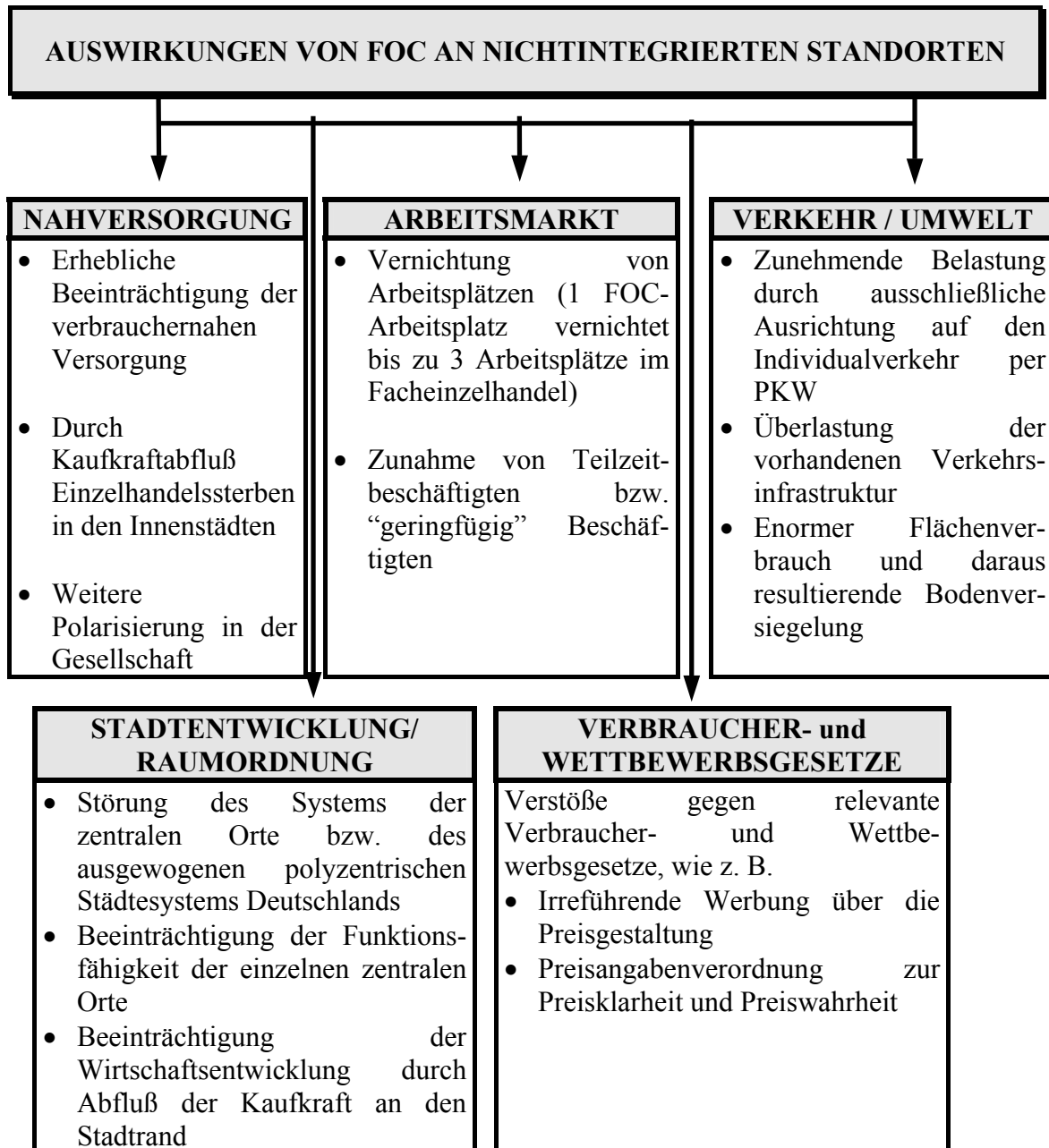
<b>Villingen-Schwenningen</b> <sup>3.12.1, 3.12.2</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innerstädtisches FOC in einem Oberzentrum, am Beginn einer Einkaufsstraße</li> <li>• Einzugsbereich bis in die Schweiz (Zürich) und Stuttgart</li> <li>• Gleichklang der positiven Auffassungen von Wirtschaftsförderung und örtlichem Einzelhandel</li> </ul>	Baden-Württemberg	6.000	
<b>Leipzig: Städtisches Kaufhaus</b> <sup>3.12.4, 3.12.5</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einrichtung eines Designer Outlet in einer bisher leerstehenden Immobilie im Stadtzentrum Leipzigs, dem Städtischen Kaufhaus</li> <li>• Angebot von Rückläufen, Konkurswaren, Zweite-Wahl-Artikeln, Vorjahreskollektionen von Markenartikeln, die in Leipzig selbst nicht gehandelt werden</li> </ul>	Sachsen	5.000	Eröffnung 1999

- 3.12.1 Unterreiner, Frank Peter: Factory Outlet Center - kontrovers diskutiert, in: FAZ vom 13.11.1998, S. V 1
- 3.12.2 Handelsblatt vom 20./21.02.1998 S. 6: Factory Outlet Center / Geringe Chancen: Der Einzelhandel macht mobil;  
NRW / Zwei Projekte geplant: Das Land hat immer das letzte Wort  
Länder / In Ingolstadt soll das erste Factory Outlet Center entstehen: Bayern droht Kommunen mit Geldentzug  
Rheinland-Pfalz / Landesregierung fördert Center in Zweibrücken: Soldaten gehen, Händler kommen
- 3.12.3 Handelsblatt vom 13.02.1998: Wustermark / Günstige Einkaufsmöglichkeiten: Erstes Outlet-Center
- 3.12.4 Leipziger Volkszeitung vom 14.04.1998, S. 13: Kaufhaus mit Designer-Ware soll Tausende Kunden in die City locken
- 3.12.5 Leipziger Volkszeitung vom 28.05.1998, S. 1, 13: Designer Outlet Center im Städtischen Kaufhaus - ein Segen für die City?

### Anlage 3.13

Negative Auswirkungen von FOC an nichtintegrierten Standorten

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>3.13.1</sup>



<sup>3.13.1</sup> Pangels, Rolf: Factory-Outlet-Center: Die Stadt ist der Verlierer, in: BAG Handelsmagazin 11-12/1997, S. 24 -30



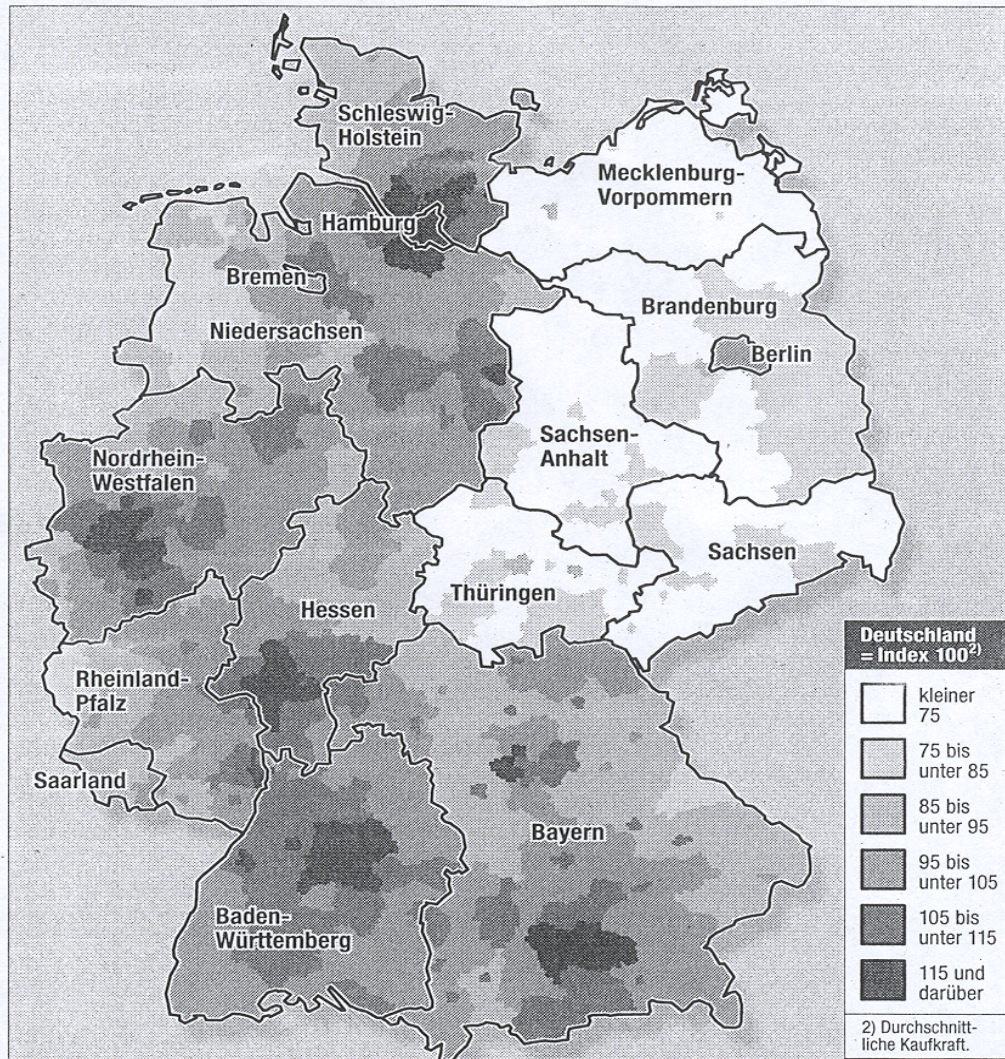
## Anlage 4.1

### Kaufkraftentwicklung in Deutschland 1998

Quelle: FAZ vom 20.02.1998

## Kaufkraft in Deutschland 1998

Jährliches Nettoeinkommen je Einwohner (Kreise und kreisfreie Städte)<sup>1)</sup>



Rang	Bundesland	Kaufkraft je Einw. (in 1000 DM)	Bevölkerung (in 1000)	Rang	Bundesland	Kaufkraft je Einw. (in 1000 DM)	Bevölkerung (in 1000)
1.	Hamburg	33 403	1 708	11.	Saarland	26 415	1 084
2.	Baden-Württemberg	31 382	10 319	12.	Brandenburg	22 158	2 542
3.	Hessen	31 229	6 010	13.	Sachsen	22 031	4 567
4.	Bayern	30 497	11 994	14.	Thüringen	21 999	2 504
5.	Nordrhein-Westfalen	30 184	17 893	15.	Sachsen-Anhalt	21 791	2 739
6.	Berlin	29 869	3 471	16.	Mecklenburg-Vorpommern	21 073	1 823
7.	Schleswig-Holstein	29 848	2 725	<b>Alte Bundesländer</b>		<b>30 359</b>	<b>66 341</b>
8.	Bremen	29 399	680	<b>Neue Bundesländer</b>		<b>22 250</b>	<b>15 476</b>
9.	Rheinland-Pfalz	29 183	3 978	<b>Deutschland insgesamt</b>		<b>28 825</b>	<b>81 817</b>
10.	Niedersachsen	28 805	7 780				

1) Prognose auf Basis regionalisierter Daten aus dem Jahr 1996.

Quelle und Kartengrundlage: Macrom Marketingforschung und Consult GmbH, München und Köln

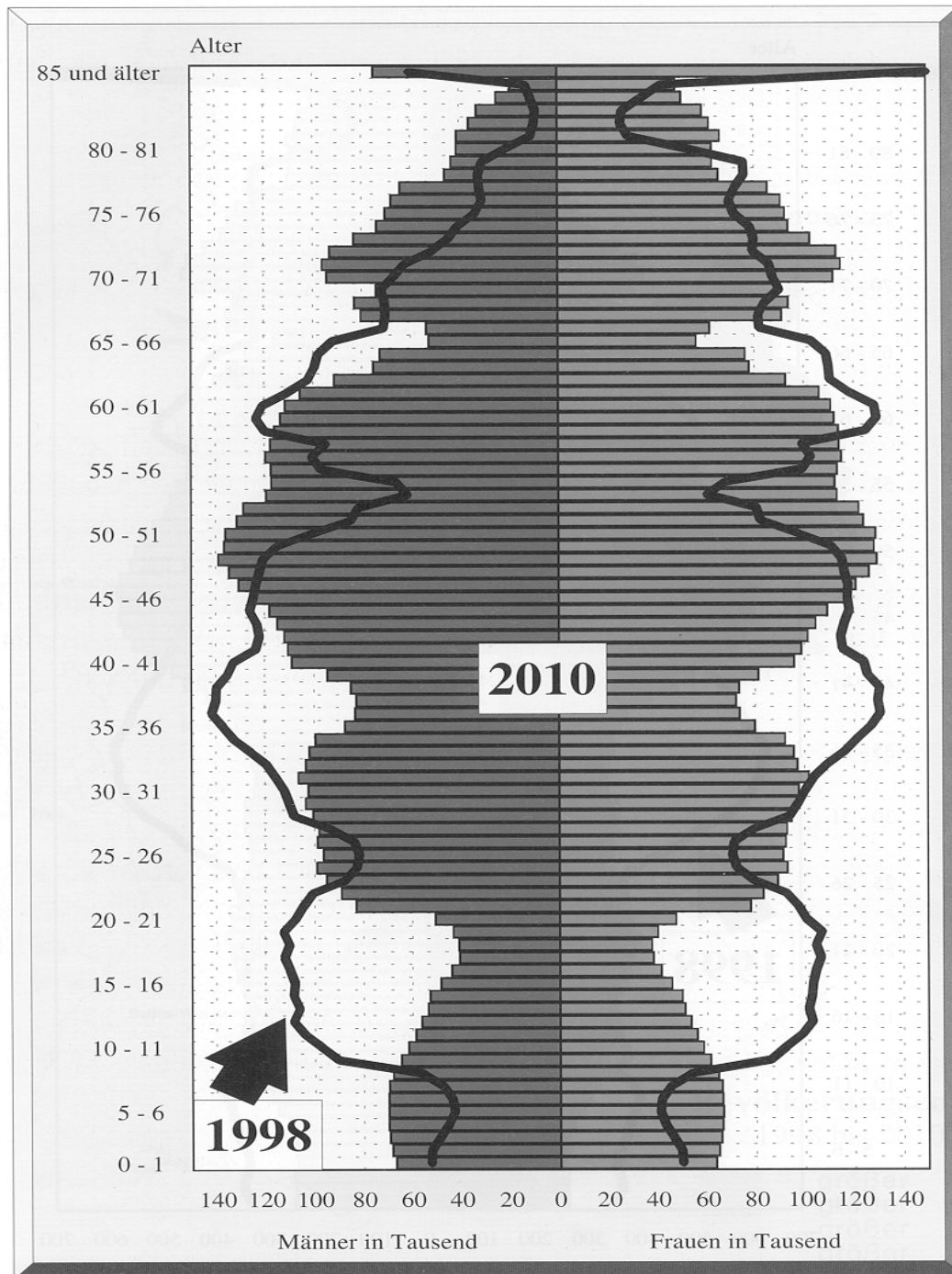
F.A.Z.-Grafik Brocker unter Verwendung einer Grafikdatei von Macrom



#### Anlage 4.2

Altersstruktur der Bevölkerung in den Neuen Ländern im Jahr 2010 im Vergleich zu 1998

Quelle: <sup>4.2.1</sup>



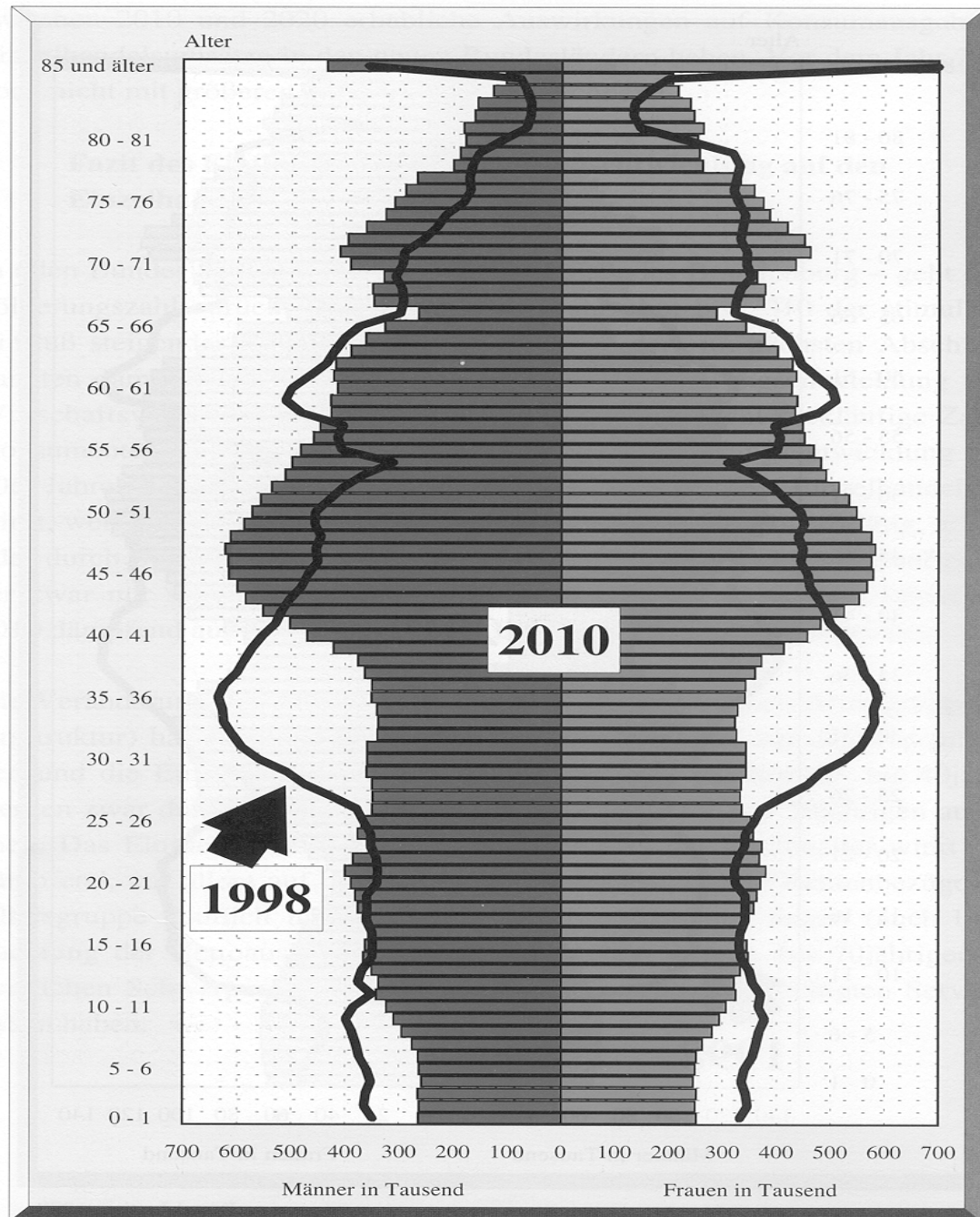
Pestel Institut 1999

<sup>4.2.1</sup> Hübl, Lothar, Möller, Klaus-Peter: City, Grüne Wiese oder Internet – Die Zukunft der Handelsimmobilien, Hrsg.: DSL Bank, 1999

### Anlage 4.3

Altersstruktur der Bevölkerung in den Alten Ländern im Jahr 2010 im Vergleich zu 1998

Quelle: <sup>4.2.1</sup>



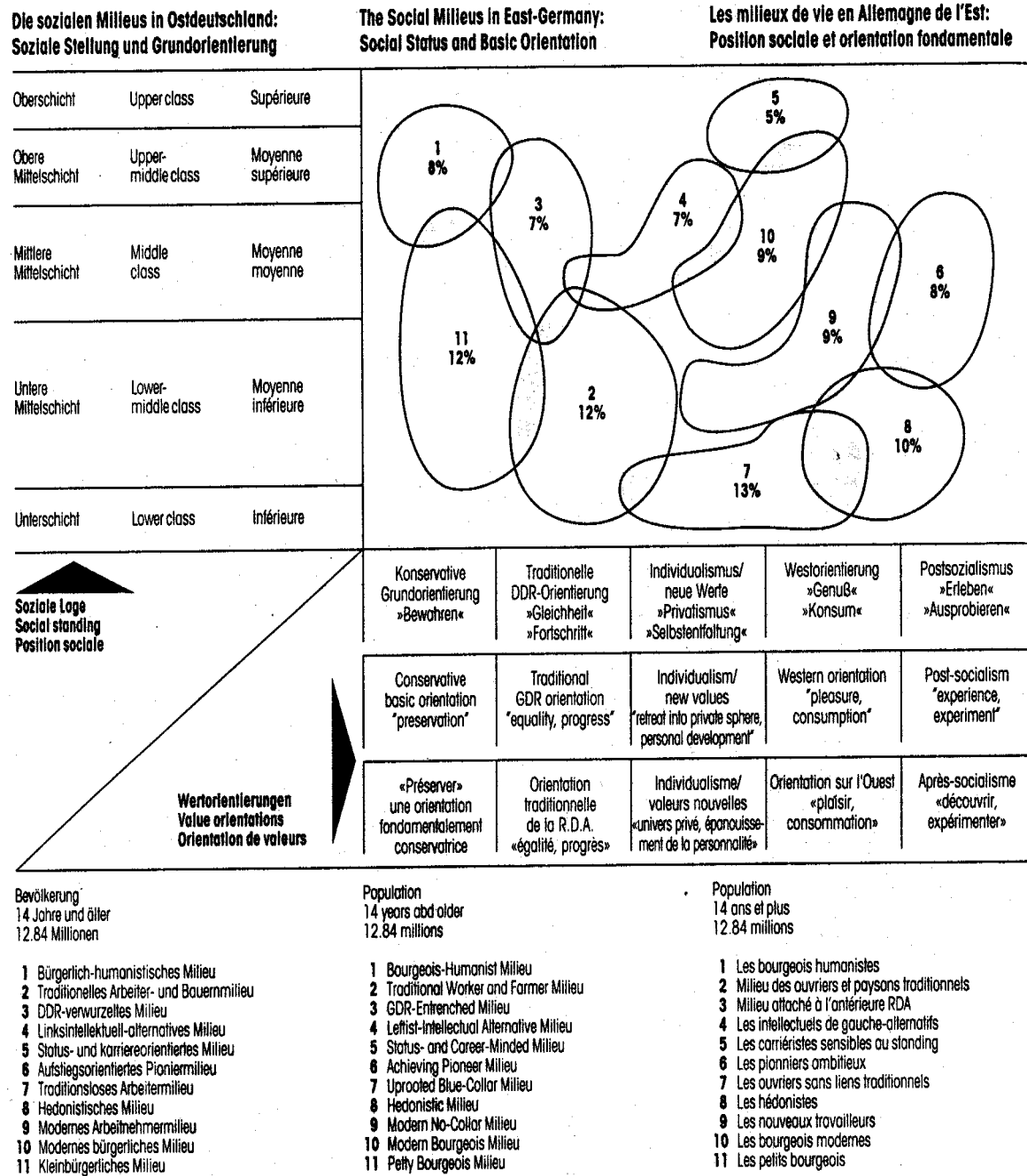
Pestel Institut 1999

<sup>4.2.1</sup> Hübl, Lothar, Möller, Klaus-Peter: City, Grüne Wiese oder Internet – Die Zukunft der Handelsimmobilien, Hrsg.: DSL Bank, 1999

## Anlage 4.4

### Milieudarstellung Ostdeutschland

Quelle: 4.4.1



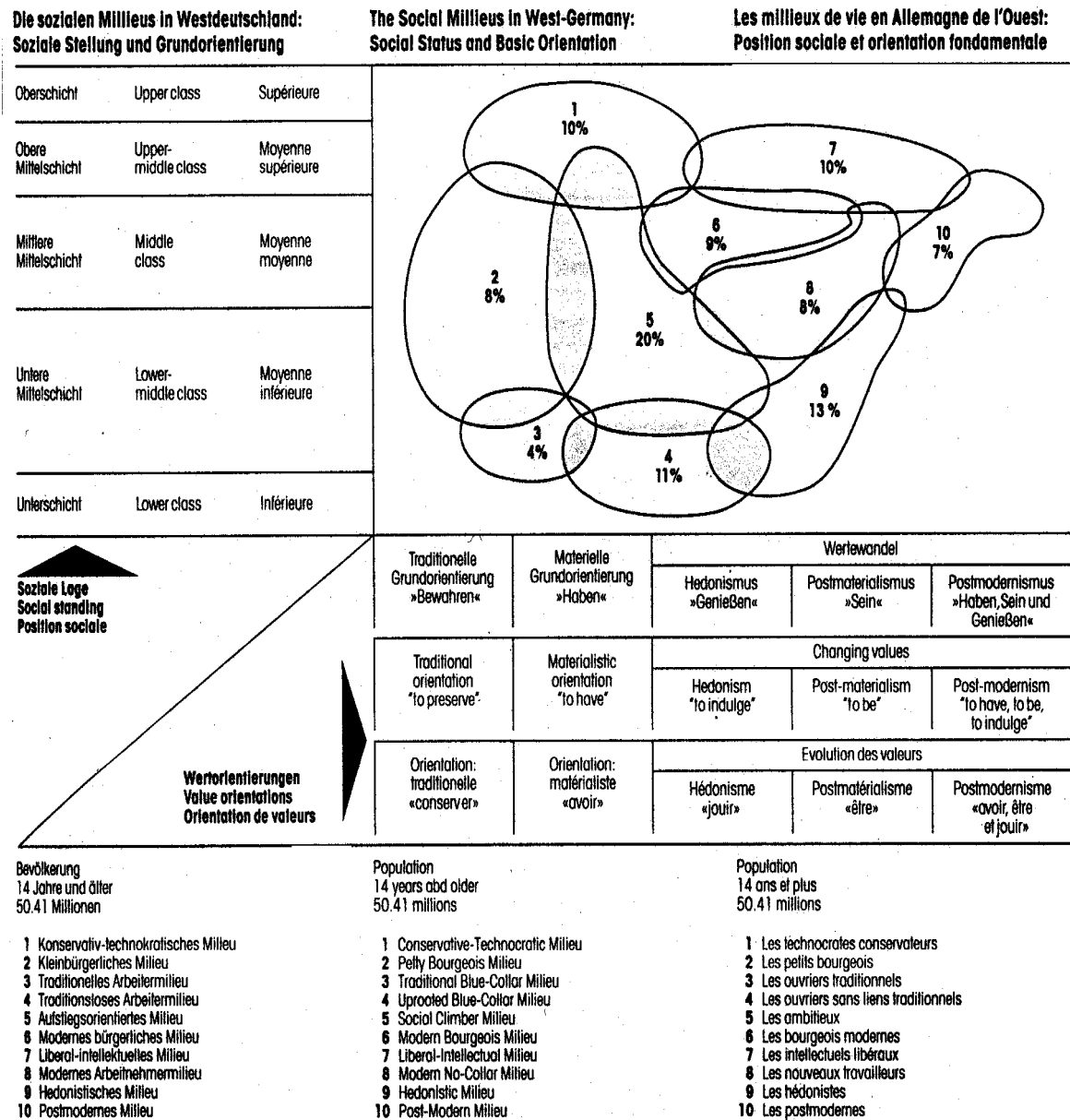
4.4.1

Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien,  
Hrsg.: Spiegel-Verlag, Hamburg, 1998

## Anlage 4.5

### Milieudarstellung Westdeutschland

Quelle: <sup>4.4.1</sup>



4.4.1

Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien,  
Hrsg.: Spiegel-Verlag, Hamburg, 1998

### Anlage 5.1

Surburbanisierung: Ursachen, Erscheinungsbilder

Quelle: Eigene Ermittlungen, in Auswertung von <sup>5.1.1</sup>

SUBURBANISIERUNG		
DEFINITION:	WANDERUNG VON BEVÖLKERUNGS- UND ARBEITS-PLÄTZEN IN DAS UMLAND DER STÄDTE DURCH SIEDLUNGSENTWICKLUNG IN DIE FLÄCHE (BfLR)	
URSACHEN DER SUBURBANISIERUNG		
	ALTE LÄNDER	NEUE LÄNDER
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wunsch eines großen Anteils von Bevölkerungsgruppen nach dem bezahlbaren Wohnen im Grünen, daraus resultierend:<ul style="list-style-type: none"><li>• Wohnungssuburbanisierung</li><li>• Flächenengpässe</li><li>• Baulandpreisgefälle</li><li>• Fehlen von politischen Rahmenbedingungen</li></ul></li><li>• Auslagerung von Gewerbe an die städtischen Peripherien, auch durch<ul style="list-style-type: none"><li>• Unterlaufen raumstruktureller Vorgaben durch Landes- und Kommunalpolitik</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grundstücksengpässe aufgrund ungeklärter Eigentumsverhältnisse</li><li>• Altlastenbehaftung von innerstädtischen Grundstücken</li><li>• Unterschiedliche Flächenverfügungsgewalt (Treuhand, BVS)</li><li>• Kurzfristiger Flächenzugriff</li><li>• Anfängliches Fehlen verbindlicher raumstruktureller Planungsvorgaben auf Landesebene</li><li>• Fehlen von politischen Rahmenbedingungen</li></ul>
ERSCHEINUNGSBILDER DER SUBURBANISIERUNG		
	ALTE LÄNDER	NEUE LÄNDER
WOHNUNGS-BAU	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suburbanisierung wurde durch den bezahlbaren Eigenheimwohnungsbau in der Peripherie der Städte begonnen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verstärkte Flächenausweisung an peripheren Standorten im Umland der Städte</li><li>• Besondere Unterstützung durch Abschreibungsmodelle des Bundes</li><li>• Ergebnis ist auch ein hoher Wohnungsleerstand in den Städten selbst</li></ul>
GEWERBE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nutzungsgemischte Gewerbeparks</li><li>• Einkaufszentren</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beginn der Suburbanisierung durch Bau von Handelseinrichtungen auf der "Grünen Wiese"</li><li>• Planung und Erschließung von überdimensionierten Gewerbegebieten</li></ul>



<b>AUSWIRKUNGEN DER SUBURBANISIERUNG</b>	
<b>Bevölkerungsstruktur</b>	<b>SEGREGATION:</b> Abwandern der einkommensstärkeren Bevölkerungsschichten in die Vororte: <ul style="list-style-type: none"> <li>In der Folge: <b>ENTMISCHUNG STATT MISCHUNG</b></li> </ul>
<b>Verkehrsinfrastruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mehraufwand durch <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkehre vom Umland in die Stadt und zwischen Umlandgemeinden (Tangentialverkehre)</li> </ul> </li> <li>Induzierung zusätzlicher Siedlungsentwicklungskosten</li> </ul>
<b>Stadttechnische Infrastruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mehraufwand durch <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorhalten von Ver- und Entsorgungssystemen in der Stadt und im Umland</li> <li>Doppelte Betriebs- und Instandhaltungskosten</li> </ul> </li> <li>Induzierung zusätzlicher Siedlungsentwicklungskosten</li> </ul>
<b>Soziale Infrastruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mehraufwand durch Vorhalten und Instandhalten kultureller und sozialer Einrichtungen in Stadt und Peripherie, mit der Folge der Schließung unrentabler Einrichtungen in den Städten, aufgrund kommunalen Haushaltssituationen</li> </ul>
<b>Umwelt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erhöhte Umweltbelastungen infolge zusätzlicher Verkehre durch <ul style="list-style-type: none"> <li>CO<sub>2</sub>-Emissionen / Verkehrslärm</li> </ul> </li> <li>Zusätzliche Flächeninanspruchnahmen, erhöhte Flächenversiegelungen durch periphere Einrichtungen (Einkaufszentren)</li> </ul>
<b>Stadtentwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verlagerung der Stadtentwicklung in die Stadtregionen</li> <li>Urbanitätsverluste durch Abwandern des Einzelhandels und anderer stadtbildender Funktionen in die Peripherie</li> <li>Leitfunktion des Einzelhandels für die Innenstadtentwicklung wird untergraben</li> <li>Widerspruch zwischen mittelfristigen Renditeerwartungen der peripher angesiedelten Handelsunternehmen und den langfristigen Zielen der Stadtentwicklung</li> </ul>
<b>Raumordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterlaufen der zentralörtlichen Konzepte: <b>DEZENTRALE KONZENTRATION</b> (Schwerpunktbildung von Siedlungen an zentralen Orten) greift nicht</li> </ul>
<b>RESÜMEE</b>	<b>Die derzeitige Siedlungsentwicklung in Deutschland ist</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>kontraproduktiv zu den Zielvorstellungen einer kompakten Städtebaupolitik</li> <li>widerspricht den Prinzipien einer nachhaltigen Stadtentwicklung</li> <li>ist nicht ressourcenschonend und damit kapitalverschwendend</li> </ul>

5.1.1 Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung: Elemente für Ziele und Leitbilder der Stadtentwicklung in einer Zeit des Umbruchs, in: Wirtschaftspolitische Diskurse, Heft 107, 1997

## Anlage 5.2

Leitvorstellung und Aufgaben der Raumordnung

Quelle: Raumordnungsgesetz (ROG) im Bau- und Raumordnungsgesetz (Bau-ROG) vom 18. August 1997

<b>RAUMORDNUNG</b>	
<b>AUFGABEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Gesamtraumes und der Teilräume der Bundesrepublik Deutschland</li> <li>• Abstimmung der unterschiedlichen Anforderungen an den Raum Konfliktausgleich</li> <li>• Vorsorge für einzelne Raumfunktionen und Raumnutzungen</li> </ul>
<b>LEITVORSTELLUNG: NACHHALTIGE RAUMENTWICKLUNG</b>	
<b>DEFINITION</b>	<p><b>Nachhaltige Raumentwicklung, die die sozialen und wirtschaftlichen Ansprüche an den Raum mit seinen ökologischen Funktionen in Einklang bringt und zu einer dauerhaften, großräumig ausgewogenen Ordnung führt. Entwicklung, Ordnung und Sicherung der Teilräume soll sich in die Gegebenheiten und Erfordernisse des Gesamtraumes einfügen; die Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Gesamtraumes soll die Gegebenheiten und Erfordernisse seiner Teilräume berücksichtigen (Gegenstromprinzip).</b></p>
<b>AUFGABEN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. die freie Entfaltung der Persönlichkeit in der Gemeinschaft und in der Verantwortung gegenüber künftigen Generationen</li> <li>2. Schutz und Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen</li> <li>3. Schaffen der Standortvoraussetzungen für wirtschaftliche Entwicklungen</li> <li>4. Gestaltungsmöglichkeiten der Raumnutzung langfristig offen halten</li> <li>5. Stärkung der prägenden Vielfalt der Teilräume</li> <li>6. Herstellen gleichwertiger Lebensverhältnisse in allen Teilräumen</li> <li>7. Ausgleich der räumlichen und strukturellen Ungleichgewichte zwischen den bis zur Herstellung der Einheit Deutschlands getrennten Gebieten</li> <li>8. Schaffen der räumlichen Voraussetzungen für den Zusammenhalt in der Europäischen Gemeinschaft und im größeren europäischen Raum</li> </ol>

GRUND- SÄTZE DER RAUM- ORDNUNG	RÄUMLICHE GRUNDSÄTZE
	1. Entwicklung einer ausgewogenen Siedlungs- und Freiraumstruktur im Gesamttraum der Bundesrepublik Deutschland Sicherung der Funktionsfähigkeit des Naturhaushaltes im besiedelten und unbesiedelten Bereich Anstreben von ausgeglichenen, wirtschaftlichen, infrastrukturellen, sozialen, ökologischen und kulturellen Verhältnissen in den jeweiligen Teilräumen
	2. Erhalt der dezentralen Siedlungsstruktur des Gesamttraumes mit ihrer Vielzahl leistungsfähiger Zentren und Stadtregionen Räumliche Konzentration der Siedlungstätigkeit auf ein <b>System leistungsfähiger Zentraler Orte</b> Wiedernutzung brachgefallener Siedlungsflächen vor Inanspruchnahme von Freiflächen
	3. Erhalt und Entwicklung der großräumigen und übergreifenden Freiraumstruktur
	4. Herstellung einer Übereinstimmung von Infrastruktur mit der Siedlungs- und Freiraumstruktur Flächendeckende Sicherstellung einer Grundversorgung der Bevölkerung mit technischen Infrastrukturleistungen Bündelung der sozialen Infrastruktur vorrangig in <b>Zentralen Orten</b>
	5. Sicherung von verdichteten Räumen als Wohn-, Produktions- und Dienstleistungsschwerpunkten Steuerung der Siedlungsentwicklung durch Ausrichtung auf ein integriertes Verkehrssystem und die Sicherung von Freiräumen
	6. Entwicklung von ländlichen Räumen als Lebens- und Wirtschaftsräume mit eigenständiger Bedeutung Unterstützung der Zentralen Orte der ländlichen Räume als Träger der teilräumlichen Entwicklung
	7. Bevorzugte Verbesserung der Entwicklungsvoraussetzungen in strukturschwachen Räumen
	FACHLICHE GRUNDSÄTZE
	8. Schutz, Pflege und Entwicklung von Natur und Landschaft einschließlich Gewässer und Wald
	9. Beitrag zur räumlich ausgewogenen, langfristig wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstruktur sowie zu einem ausreichenden und vielfältigen Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen Vorhaltung von Flächen zur Verbesserung der Standortbindungen Ausbau der wirtschaftsnahen Infrastruktur Erhöhung der Attraktivität der Standorte

	<p>10. Schaffen von räumlichen Voraussetzungen für die Entwicklung der Landwirtschaft als bäuerlich strukturierter, leistungsfähiger Wirtschaftszweig</p> <p>11. Sicherung des Wohnbedarfes der Bevölkerung</p> <p>12. Sicherstellung einer guten Erreichbarkeit der Teilräume durch Personen- und Güterverkehr Gestaltung der Siedlungsentwicklung durch Zuordnung und Mischung der unterschiedlichen Raumnutzungen zur Verringerung der Verkehrsbelastung und Vermeidung zusätzlicher Verkehre</p> <p>13. Wahrung der geschichtlichen und kulturellen Zusammenhänge sowie der regionalen Zusammengehörigkeit Erhalt der gewachsenen Kulturlandschaften</p> <p>14. Standortsicherung für Erholung in Natur und Landschaft</p> <p>15. Beachtung der räumlichen Erfordernisse der zivilen und militärischen Verteidigung</p>
<b>BINDUNGS- WIRKUNG</b>	<p>Beachtung der Ziele der Raumordnung durch öffentliche Stellen bei ihren raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen: Gültigkeit auch bei</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Genehmigungen, Planfeststellungen und sonstigen behördlichen Entscheidungen über die Zulässigkeit raumbedeutsamer Maßnahmen öffentlicher Stellen</li> <li>• Planfeststellungen und Genehmigungen mit der Rechtswirksamkeit der Planfeststellung über die Zulässigkeit raumbedeutsamer Maßnahmen von Personen des Privatrechts</li> </ul>
<b>RAUMORD- NUNGSVER- FAHREN</b>	<p>Raumverträglichkeitsprüfung bei</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Errichtung von Einkaufszentren</li> <li>• großflächigen Einzelhandelsbetrieben und</li> <li>• sonstigen großflächigen Einzelhandelsbetrieben</li> </ul> <p>(Darüber hinaus nach § 3 UVPG Umweltverträglichkeitsprüfung bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben auf der "Grünen Wiese", wenn sich Auswirkungen auf die Umwelt, insbesondere den Verkehr ergeben)</p>
<b>RAUM- ORDNUNGS- PLÄNE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herstellung eines zusammenfassenden und übergeordneten Planes für jedes Land</li> <li>• Abstimmungsgebot von Raumordnungsplänen benachbarter Länder</li> </ul>

### Anlage 5.3

Europäisches Raumentwicklungskonzept (EUREK)

Quelle: Informelles Treffen der für die Raumordnung zuständigen Minister der Europäischen Union, Glasgow, 8. Juni 1998

<b>EUROPÄISCHES RAUMENTWICKLUNGSKONZEPT (EUREK)</b>	
<b>I. RAUMENTWICKLUNGSPOLITIK AUF EUROPÄISCHER EBENE</b>	
<b>RAHMEN- BE- DINGUNGEN</b>	<p>Faktoren der langfristigen ökonomischen, sozialen und räumlichen Entwicklungstendenzen in der Europäischen Union:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folgen der allmählichen wirtschaftlichen Integration und der intensiveren politischen Zusammenarbeit in Europa zwischen den Mitgliedstaaten und anderen interessierten Gruppen</li> <li>• Wachsende Bedeutung der lokalen und regionalen Behörden und ihre Rolle bei der Raumentwicklung</li> <li>• Erweiterung der Europäischen Union und die Entwicklung der Beziehung zu ihren Nachbarn</li> </ul> <p>Diese Faktoren stehen im Kontext mit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• der wirtschaftlichen Globalisierung und den damit in Verbindung stehenden beträchtlichen technologischen Entwicklungen</li> <li>• den allgemeinen demographischen, ökonomischen und ökologischen Trends</li> </ul>
<b>GRUND- LEGENDE ZIELE DES EUREK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausschöpfung der gesamten Möglichkeiten der europäischen Raumentwicklung durch Beseitigung der Diskrepanz zwischen der Wirksamkeit der wirtschaftlichen Aktivitäten (Marktkräfte) auf europäischer Ebene und der Raumentwicklung als Politik auf nationaler oder noch niedrigerer Ebene</li> </ul> <p>Grundlegende Ziele des EUREK:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftliche und soziale Zusammenarbeit</li> <li>• Nachhaltige Entwicklung</li> <li>• ausgeglichene Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Raum</li> </ul> <p>(Stehen in Übereinstimmung mit Grundvorstellungen des informellen Treffens in Leipzig 1994 :3 operationelle Ziele, wie Ausgleich, Erhaltung u. Entwicklung)</p>
<b>BEGRÜNDUNG DES EUREK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wettbewerb der Regionen, Städte und Räume um wirtschaftliche Aktivitäten, Arbeitsplätze, Infrastruktur als eine der wesentlichen Triebkräfte für den räumlichen Entwicklungsprozeß mit dem Ziel einer harmonischen und ausgeglichenen Entwicklung in Europa</li> <li>• Ungleiche Wettbewerbsbedingungen sollen harmonisiert werden</li> <li>• Raumentwicklung mit der Zielstellung, Herstellung eines besseren Gleichgewichts zwischen Wettbewerb und Zusammenarbeit der Regionen</li> <li>• Dabei Beachtung der Vielfalt und Komplexität der einzelnen Regionen</li> </ul>

<b>STATUS DES EUREK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EUREK als ein konzertiertes, selektives, fortschrittliches, fortlaufendes, flexibles und transparentes Dokument mit einem aufzeigenden aber nicht vorschreibenden Charakter</li> <li>• Ausgestaltung der politischen Handlungsfelder, wie <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein ausgewogenes und polyzentrisches Städtensystem</li> <li>• gleiche Zugangsmöglichkeiten zu Infrastruktur und Wissen</li> <li>• intelligentes Management und die Entwicklung des natürlichen und kulturellen Erbes</li> </ul> </li> <li>• Verbesserung der Gemeinschaftspolitik der EU und Erhöhung ihrer Wirksamkeit und Bedeutung durch Akzeptanz der räumlichen Dimension</li> </ul>
<b>II. RAUMBEZOGENE FRAGEN: DIE EUROPÄISCHE DIMENSION</b>	
<b>AUFGABEN DER RAUM-PLANUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindung der Zielvorstellungen wirtschaftlicher und sozialer Integration, der nachhaltigen Entwicklung und der Konkurrenzfähigkeit</li> <li>• Förderung einer größeren wirtschaftlichen und sozialen Integration</li> <li>• Förderung einer ausgeglichenen Entwicklung und einer besseren Integration der Randzonen</li> </ul>
<b>THEMEN DER RAUM-PLANUNG MIT EUOPA-WEITER BEDEUTUNG</b>	<p style="text-align: center;"><b>Änderungen urbaner Strukturen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das <b>Entstehen urbaner Netze</b> (funktionale Netzwerke aus Städten und Ballungsräumen mit Kooperationsbeziehungen untereinander)</li> <li>• <b>Veränderung urbaner wirtschaftlicher Möglichkeiten</b> durch weitere Liberalisierungen von Verkehr und Handel, wirtschaftliche Globalisierung und rapider technologischer Wandel (Konkurrenz zwischen den Städten um bewegliche Investitionen wird stärker) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurrenzkampf zwischen einzelnen Städten ist sozial- und umweltverträglich zu führen</li> </ul> </li> <li>• <b>Weitergehendes Flächenwachstum der Städte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dadurch Verteuerung der urbanen Infrastruktur, des städtischen Verkehrs, Vergrößerung des Energieverbrauch</li> <li>• Finden von nachhaltigen Lösungen zum Management und zur Planung des Städtewachstums: Die "kompakte Stadt" als innovative Maßnahme zur Stadtplanung</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Zunehmende soziale Desintegration in Städten</b></li> <li>• <b>Inadäquate Verbesserung an der Qualität urbaner Entwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umweltprobleme, wie Lärm, Luft- und Wasserverschmutzung, Verkehrsdichte, Abfallmenge u. Wasserbedarf sind in allen großen urbanen Zentren nur ungenügend rückläufig, um langfristige Nachhaltigkeit zu unterstützen</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Die sich ändernde Rolle und Funktion des ländliche Raums</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse ländlicher Gemeinden als Ganzes</li> <li>• Verhinderung weiterer Abwanderung in die Städte (Abwanderung verschärft Ungleichgewicht in der Entwicklung zwischen Städten und ländlichem Raum)</li> <li>• <b>Steigende Abhängigkeiten von urbanen Räumen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichen eines verbesserten Gleichgewichtes zwischen Stadtentwicklung und dem Schutz offener Landschaften</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Änderungen bezüglich Verkehr, Kommunikation und Wissen</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Weitere Konzentration von Verkehr und Wirtschaftsaktivität</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunehmendes Wachstum von Menschen- und Gütervolumina in den europäischen Transportnetzen führt zu steigenden Verkehrsbelastungen, Zeitverlusten, steigenden Kosten für die Wirtschaft, steigenden Emissionen von CO<sub>2</sub> und NO<sub>x</sub>, höherer Lärmbelastung und Zersplitterung der Landschaft</li> <li>• Verbesserung der öffentlichen Verkehrsmittel, größere Gewichtung der Wasserwege, ökonomische Anreize sowie eine ausgewogenere Siedlungsstruktur als Lösungen zur Sicherung einer Nachhaltigkeit</li> </ul> </li> <li>• <b>Wachsende Transportströme und Verkehrsbelastung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiter wachsende Transportaufkommen an Gütern und Personen durch die EU-Erweiterung und der Öffnung von Mittel- und Osteuropa</li> <li>• Verkehrsaufkommen innerhalb von Landesgrenzen ist höher als das grenzüberschreitende Aufkommen, aber das internationale Transportvolumen wächst schneller</li> <li>• Viele Engstellen befinden sich im strategischen Transportnetz, insbesondere in und um die Städte</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Fortbestehender Druck auf Europas Natur- und Kulturerbe</b>

III. POLITISCHE ZIELE UND OPTIONEN FÜR DEN EUROPÄISCHEN RAUM	
III.A.: EIN AUSGEWOGENERES UND POLYZENTRISCHES STÄDTESYSTEM UND EINE NEUE BEZIEHUNG ZWISCHEN STADT UND LAND	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung von Europas Städten und deren Beziehungen untereinander sind der wichtigste Einflußfaktor für die räumliche Ausgewogenheit Europas.</li> <li>• Der in Europa eingetretene Wandel wird durch folgende Fakten beschrieben: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Typen von Städtenetzen</li> <li>• Auftreten von Städteclustern</li> <li>• Wandel des ökonomischen Potentials der Städte und deren fortschreitende räumliche Expansion</li> <li>• Wachsende soziale Segregation</li> <li>• Sinkende urbane Lebensqualität</li> <li>• Starker Wandel der ländlichen Räume</li> <li>• Beziehungsveränderungen zwischen Städten und ländlichen Räumen</li> <li>• Fundamentaler Strukturwandel in der ländlichen Wirtschaft</li> </ul> </li> <li>• Der Wandel des städtischen Systems und der Siedlungsstrukturen erfordert politische Maßnahmen.</li> <li>• Nur nachhaltige Städte werden wettbewerbsfähig sein.</li> <li>• Die Vitalität des städtischen Systems beruht auf seiner Ausgewogenheit, der wirtschaftlichen Dynamik der einzelnen Städte und ihrer nachhaltigen Entwicklung.</li> <li>• Die Wechselwirkungen zwischen Stadt und Umland müssen neu überdacht, überflüssige städtische Expansionen eingedämmt und eine neue Beziehung zwischen Stadt und Land definiert werden.</li> </ul>	
KOMPLEMENTARITÄT UND KOOPERATION ZWISCHEN DEN STÄDTEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhung der Komplementarität durch Nutzung der Vorteile des wirtschaftlichen Wettbewerbes zwischen ihnen bei gleichzeitiger Überwindung der Nachteile des Wettbewerbes</li> <li>• Verfolgung einer Politik zur Förderung der effektiven Zusammenarbeit der Städte untereinander unter Zugrundelegung gemeinsamer Interessen und dem Input aller Teilnehmer</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Politikoptionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung von integrierten Raumentwicklungsstrategien für Städtecluster, besonders in grenzüberschreitenden Regionen</li> <li>• Kooperation in Form von Städtenetzen auf transnationaler und europäischer Ebene sowie in Form von Netzen kleinerer Städte in dünnbesiedelten, ländlichen Regionen in einer Reihe von wirtschaftlich rückständigen Regionen</li> <li>• Verbesserung der Verbindungen zwischen den nationalen/internationalen Netzen einerseits und den regionalen/lokalen Netzen andererseits</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung der Kooperation auf regionaler und lokaler Ebene mit den Städten in Ost- und Mitteleuropa und den Städten im Mittelmeergebiet</li> </ul>
<b>DYNAMISCHE, ATTRAKTIVE UND WETTBEWERBSSTÄDTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionen sind nur dann wettbewerbsfähig, wenn ihre Städte Motoren des wirtschaftlichen Wachstums sind.</li> <li>• Der Wettbewerb findet in einem immer globaleren und liberalisierteren Umfeld statt.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Politikoptionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der strategischen Rolle der Weltstädte und "Gateway-Städte" in Europa, mit einem besonderen Augenmerk auf die Randgebiete des europäischen Raumes</li> <li>• Steigerung der Attraktivität der Städte für mobiles Investitionskapital, besonders in den weniger begünstigten Gebieten</li> <li>• Diversifikation der wirtschaftlichen Basis der Städte, die stark von einem Wirtschaftszweig abhängig sind</li> <li>• Förderung der Wirtschaft in kleinen Städten der ländlichen Gebiete, in denen eine solide Grundlage für wirtschaftliche Entwicklung schwer aufzubauen ist.</li> </ul>
<b>NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER STÄDTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklungsmodell der <b>nachhaltigen Stadt</b> mit den Wesensmerkmalen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontrolle über die Expansion der Städte</li> <li>• Mischung von Funktionen und gesellschaftlichen Gruppen</li> <li>• Intelligentes Management des städtischen Ökosystems (Wasser, Abwasser, Energie, Abfall)</li> <li>• Bessere Erreichbarkeit mit effektiveren und umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln</li> <li>• Erhaltung und Entwicklung des Kulturerbes</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Politikoptionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfahrungsaustausch über und Unterstützung von wirksamen Methoden für die Reduzierung der städtischen Expansion, Verringerung des starken Siedlungsdruckes in bestimmten Küstenregionen</li> <li>• Verbesserung der Wirtschafts-, Umwelt- und Dienstleistungsinfrastruktur einschließlich wichtiger Grundfunktionen in den Städten weniger begünstigter Regionen</li> <li>• Förderung umfassender Stadtentwicklungskonzepte, die auf soziale und funktionale Diversität abzielen, vor allem im Hinblick auf die Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung und die Umnutzung bereits bebauter Flächen</li> <li>• Förderung des intelligenten Managements städtischer Ökosysteme, unter anderem Schutz und Entwicklung städtischer Freiräume und Grüngürtel</li> </ul>

<b>PARTNER- SCHAFT ZWISCHEN STADT UND LAND</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Größere Differenzierung der ländlichen Gebiete als Folge der wirtschaftliche Integration und der technologische Wandel in Europa</li> <li>• Anknüpfen von Raumentwicklungsstrategien in ländlichen Gebieten an lokale Bedingungen und Bedürfnisse</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Politikoptionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Strategien zur (Neu) Ansiedlung von Unternehmen sowie Umweltmaßnahmen in unter Druck stehenden ländlichen Gebieten</li> <li>• Erhaltung eines Mindestniveaus bei den Dienstleistungen in kleinen und mittleren Städten in ländlichen Gebieten, die von Niedergang oder völliger Aufgabe betroffen sind</li> <li>• Förderung der endogenen Entwicklung in diesen Gebieten</li> </ul>
<b>DIVERSI- FIKATION DER LÄNDLICHEN GEBIETE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversifikation als Schlüsselbegriff für die Raumentwicklung nicht nur für die landwirtschaftliche Produktion sondern auch in den weniger effizienten Regionen für die gesamte Wirtschaft</li> <li>• Diversifikationsmöglichkeiten im Potential erneuerbarer Energiequellen, in den Bereichen Forstwirtschaft und Umwelttourismus</li> </ul>

#### Anlage 5.4

Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung zu Factory-Outlet-Center (FOC) vom 03. Juni 1997

AUSGANGSLAGE	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsunternehmen auf der "Grünen Wiese" erhält durch Gründung von Factory-Outlet-Centers eine neue Dimension</li> <li>• MKRO sieht sich deshalb veranlaßt, im Anschluß an die Entschließung "Innenstädte als Einzelhandelsstandorte erhalten" vom 29.03./21.06.1996 (Vgl. dazu <b>Abbildung 2.16</b>) erneut die <b>Beachtung raumordnerischer Grundsätze zu fordern</b>.</li> </ul>	
DEFINITION	
FOC sind Einzelhandelsgroßprojekte besonderer Prägung, in der in baulich hochkonzentrierter Form überwiegend hochwertige Markenartikel unter Ausschaltung des Groß- und Zwischenhandels mit erheblichen Preisnachlässen direkt an den Endverbraucher verkauft werden.	
<b>WARENSORTIMENTE</b>	Typische Sortimente des innerstädtischen Handels, wie z. B. Bekleidung, Hausrat, Porzellan und Glaswaren
<b>FLÄCHENBEDARF</b>	Bis zu 40.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche bei bis zu 100.000 m <sup>2</sup> Grundstücksfläche
<b>FUNKTIONSMISCHUNG</b>	Funktionsanlagerung durch Freizeiteinrichtungen, Gastronomien, touristische Attraktionen mit Trend zum Erlebniseinkauf
<b>EINZUGSGEBIET</b>	Auf Grund sortimentsbezogener Reichweite (100 km und mehr) mit Einzugsbereich von einer bis eineinhalb PKW-Stunden zu mehreren Großstädten und Verdichtungsräumen
<b>VERKEHRSANBINDUNG</b>	Gute An- und Abfahrtmöglichkeiten durch PKW-Verkehr - Standortfindung in der Nähe von Autobahnknotenpunkten oder Konversionsflächen, zumeist im ländlichen Raum
AUSWIRKUNGEN VON FOC AUF:	
<b>INNERSTÄDTISCHEN EINZELHANDEL</b>	Bedrohung des traditionellen innerstädtischen Einzelhandel in einem Umkreis von 100 km und mehr: In Folge treten auf <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verödung der Innenstädte</li> <li>• Vernichtung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen</li> </ul>
<b>UMWELT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusätzliche Verkehrsströme</li> <li>• Erhöhung der Verkehrsemissionen</li> <li>• Zusätzliche Bodenversiegelungen</li> <li>• Zersiedelung der Landschaft</li> </ul>

<b>PLANUNGSRECHT / RAUMORDNUNG</b>	
<b>ZULÄSSIG-KEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FOC sind wie großflächiger Einzelhandel zu betrachten</li> <li>• Unterliegen der städtebaulichen Sondervorschrift des § 11 der BauNVO</li> <li>• Zulässigkeit nur in Kerngebieten und in Sondergebieten großflächiger Einzelhandel</li> <li>• Zulässigkeit entsprechend der Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung nur in Großstädten / Oberzentren an integrierten Standorten und in stadtverträglichen Größenordnungen</li> </ul>
<b>AUFFASSUNG DER MKRO</b>	
<b>ZULÄSSIG-KEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standorte nur in Großstädten/Oberzentren unter sorgfältiger Prüfung des Ausschlusses der möglichen negativen Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel und die urbane Qualität der Städte</li> <li>• Außerhalb von Großstädten / Oberzentren unzulässig</li> </ul>
<b>SICHERUNG DER URBANEN QUALITÄT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planungsrecht; Förder- und Steuerrecht konsequent anwenden</li> <li>• Chancengleichheit zwischen Einzelhandel in den Innenstädten und auf der "Grünen Wiese" wiederherstellen</li> <li>• Standortqualität in den Innenstädten fördern</li> <li>• Verhinderung von Entwicklungen, wie sie bereits im Ausland und in Teilräumen der Bundesrepublik Deutschland zu beobachten sind</li> </ul>

### Anlage 5.5

Nachhaltige Stadtentwicklung

Quelle: Eigene Ermittlungen, in Auswertung von <sup>5.5.1</sup>

<b>NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG MIT DOMINANZ DER ÖKOLOGIE</b>	
<b>ZIEL</b>	<b>VERBRAUCHSVERRINGERNDER, RESSOURCENSCHONENDER STÄDTEBAU</b>
<b>RESSORCEN- ZUGRIFF</b>	Haushalterisches Bodenmanagement, durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiedernutzung von Flächen vor Neuausweisung</li> <li>• Flächensparendes, bodenschonendes Bauen</li> <li>• Konzentration der Bauaktivitäten auf Siedlungsschwerpunkte</li> </ul>
<b>UMWELT</b>	Vorsorgender Umweltschutz, durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verminderung der Luftschadstoffe</li> <li>• Energiesparendes Bauen</li> <li>• Schutz von Wasserreserven</li> </ul>
<b>WIRT- SCHAFT</b>	Standortsichernde Wirtschaftspolitik, durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherung innerstädtischer Wirtschaftsstandorte</li> <li>• Schaffung wohnverträglicher Arbeitsplätze</li> <li>• Generelle Stärkung innerstädtischer Zentren</li> </ul>
<b>VERKEHR</b>	Stadtverträgliche Mobilitätspolitik, durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verminderung des Autoverkehrs</li> <li>• Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs</li> <li>• Erhöhung der Aufenthaltsqualität in den Fußgängerzonen</li> </ul>
<b>WOHNEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozialverantwortliche Wohnungsversorgung, durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressourcenschonenden, kostensenkenden Wohnungsbau</li> <li>• Förderung der Selbsthilfe</li> </ul> </li> <li>• Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung</li> </ul>

<sup>5.5.1</sup>

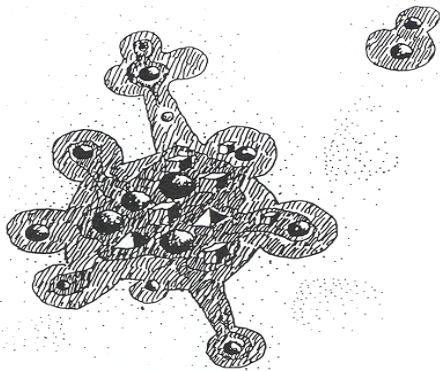
BfLR: Städtebaulicher Bericht: Nachhaltige Stadtentwicklung, Herausforderung an einen ressourcenschonenden und umweltverträglichen Städtebau, Bonn, 1996

**ANLAGE 5. 6:**

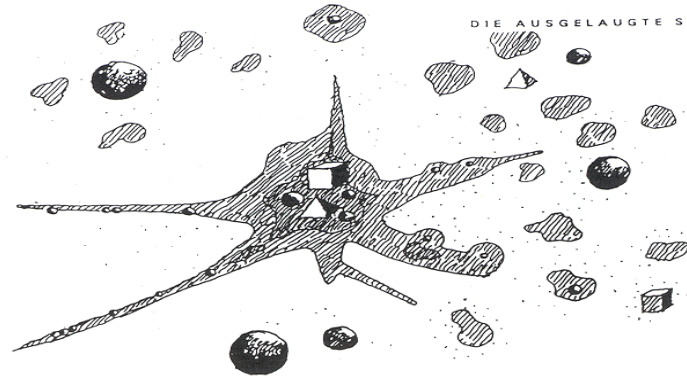
**STADTENTWICKLUNGSMODELLE**

**QUELLE: ADRIAN, HANNS, IN: DIE ZUKUNFT DER STADT-  
REGIONEN, DOKUMENTATION EINES KONGRESSES IN  
HANNOVER AM 22. /23.10.1997**

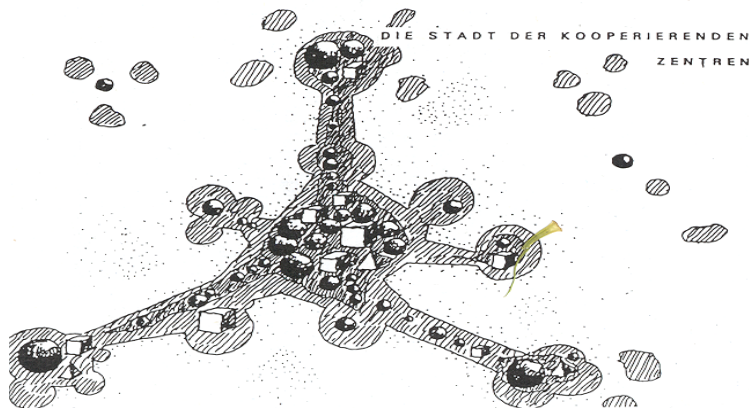
DIE BEWAHRTE STADT



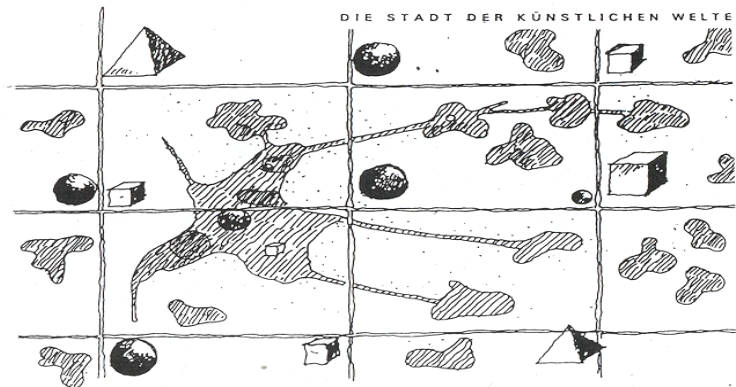
DIE AUSGELAUGTE STADT



DIE STADT DER KOOPERIERENDEN  
ZENTREN



DIE STADT DER KÜNSTLICHEN WELTE



### Anlage 5.7

Diskussion zum Konzept der urbanen Nachhaltigkeit - die kompakte Stadt

Quelle: Eigener Entwurf, in Auswertung von <sup>5.7.1</sup>

LEITBILD KOMPAKTE STADT	
<b>DEFINITION</b>	Stadt mit hoher Dichte und starker Durchmischung der Nutzungsarten
<b>VORTEILE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verringerung der Autofahrten, damit Reduktion der lokalen und globalen atmosphärischen Verschmutzung</li> <li>• Nutzungsintensivierung der städtischen Zentren</li> <li>• Schutz von landwirtschaftlichem Gebiet vor dem Ausufern der Städte</li> </ul>
<b>EURO-PÄISCHE AKZEPTANZ</b>	<p><b>Urbane Kompaktheit</b> als Ziel und Zukunft der "Europäischen Stadt". "Green Paper for the Urban Environment" der EU (1990)</p> <p>(Funktionstrennung statt Funktionsmischung, bzw. strikte Zonierungspolitik in der "Charta fo Athen" wird im "Green Paper" als <b>Hauptursache für den städtischen Niedergang</b> in Europa gesehen.)</p>
<b>VERALLGEMEINERUNGSAUF FÄHIGKEIT AUF ALLE EURO-PÄISCHEN STÄDTE?</b>	<p>Verallgemeinerte Kriterien der Nachhaltigkeit mit nur begrenzter Gültigkeit für <b>mediterrane Städte</b> in Europa, wegen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eines zeitverzögerten Urbanisierungsprozesses durch Industrialisierung im Vergleich zu den westeuropäischen Städten</li> <li>• einer starken, z. T. nachteiligen Nutzungsdurchmischung fast über das gesamte Stadtgefüge</li> <li>• einer geringeren sozialräumlichen Trennung gegenüber der westeuropäischen Stadt, vielmehr in einem umgekehrten Muster, wie der Zentrumsnutzung durch höhere Einkommensschichten und der Peripherie durch niedrigere Einkommensschichten</li> <li>• eine hohe Dichte des Zentrums führt wiederum zu geringen Gestaltungsmöglichkeiten für öffentliche Grünräume Einschränkung des Verkehrsmanagmentes Verschärfung der Luftverschmutzung</li> </ul>
<b>WERTUNG</b>	<p>Eine <b>gemeinsame europäische Stadtentwicklungspolitik kann nicht durch europaweite Vorschriften konstruiert werden. Für europäische Städte ist eine gemeinsame Perspektive wegen internationaler ökonomischer Prozesse und deren Interaktion mit dem urbanen Raum und der urbanen Gesellschaft zu sehen, wobei keine historische und kultureller Homogenität zu unterstellen ist.</b></p>
<b>ZIELVORSTELLUNG</b>	<p>Globales Ziel muß eine <b>nachhaltige Entwicklung</b> sein, die aber nicht von allgemeingültigen Modellen oder reduktionistischen Methodologien geleitet sein darf. Sie muß vielmehr die Einzigartigkeit des physischen und nichtphysischen Kontextes jeder Stadt beachten und die schöpferische Auseinandersetzung mit urbaner Spezifität fördern.</p>

<sup>5.7.1</sup>

Athanassiou, Evangelia: Urbane Nachhaltigkeit - ein Konzept braucht Kontext!, in: RAUM - Österreichische Zeitschrift für Raumplanung und Regionalpolitik, Heft 12/99, S. 40 - 41

### Anlage 5.8

Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung zum Handlungskonzept zur Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume vom Kfz-Verkehr vom 03.06.1997

PROBLEMLAGE	
<p>Merkmale der <b>Verkehrsentwicklung</b> in Deutschland sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• hohe Steigerungsraten der Verkehrsleistungen im allgemeinen und hohe Anteile des Straßenverkehrs im besonderen:</li> </ul> <p>Prognosen der Bundesverkehrswegeplanung zur Entwicklung 1988 bis 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personenverkehr: + 25 %</li> <li>• Güterverkehr: + 75 %</li> <li>• Räumliche Grundtendenzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrswachstum innerhalb der Stadtregionen mit einer Umorientierung der Verkehrsverflechtungen</li> <li>• Zunahme des interregionalen und internationalen Fernverkehrs</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Verdichtungsräume</b> leiden unter hohen Umweltbeeinträchtigungen insbesondere durch den Verkehr, der sich durch folgende Faktoren noch verstärkt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunahme der interregionalen Personen- und Güterverkehrsströme mit Agglomerationen als Quelle oder Ziel, oder durch Belastung mit Durchgangsverkehr</li> <li>• Anhaltender Bevölkerungs- und Siedlungsdruck in und auf die Verdichtungsräume (insbesondere Alte Länder) und damit Verkehrsnachfrageerhöhung</li> <li>• Suburbanisierung und komplexe Umgestaltung von Güterproduktion und -transport;</li> </ul> <p><b>Fernverkehrskorridore</b> werden zu regionsübergreifenden Personen- und Güterverkehrstrassen mit hohem Bündelungsgrad zwischen den Verdichtungsräumen nationaler und internationaler Bedeutung. Verkehrliche Belastungen treffen zum Teil auf dichte Siedlungsstrukturen. Eine Verschärfung der Belastungsprobleme ist dabei vorprognostiziert.</p> <p><b>Fremdenverkehrsregionen</b> zählen ebenfalls zu verkehrlich hochbelasteten Räumen.</p>	
<p><b>1. RAUM- ORDNERISCHE ZIELE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherung der Umweltqualität und der Standortqualität der Verdichtungsräume in der Bundesrepublik Deutschland durch Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume vom Kfz-Verkehr</li> <li>• Bündelung der Fernverkehrsinfrastrukturen in Korridoren zur Sicherung von Freiräumen außerhalb der Korridore und der Siedlungsentwicklung innerhalb der Korridore</li> <li>• Verlagerung von Kfz-Verkehren auf Verkehrsträger mit hoher Massenleistungsfähigkeit</li> <li>• Verlagerungspotentiale auf die Schiene/Wasserstraße bis zum Jahr 2010: 10 % der heutigen Straßenverkehrsleistung im Personenverkehr, 20 % der Straßengüterfernverkehrsleistung</li> </ul>



<b>2. MASSNAHMEN ZUR ENTLASTUNG VERKEHRSLICH HOCHBE- LASTETER VERDICHTUNGS- RÄUME VOM KRAFTFAHR- ZEUGVERKEHR</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stärkung der dezentralen Konzentration in den Verdichtungsräumen und deren Umland<ul style="list-style-type: none"><li>• Ausbau von geeigneten Entlastungsorten im Umland der Verdichtungsräume (Effekt der Reduzierung von Verkehrsströmen in die Kerne der Verdichtungsräume)</li><li>• Siedlungsentwicklung entlang von Achsen, damit Verbesserung der Erschließungsbedingungen insbesondere der Schien</li><li>• Stärkung der Stadtteilzentren</li><li>• Vorrang des ÖPNV in den Verdichtungsräumen vor dem motorisierten Individualverkehr</li><li>• Kooperationsstärkung zwischen Kommunen im Verdichtungsraum und seinem Umland</li><li>• Verbesserung der regionalen Zusammenarbeit</li></ul></li><li>• Förderung der Stadt der kurzen Wege<ul style="list-style-type: none"><li>• Schaffung kompakter Siedlungsstrukturen mit stärkerer Funktionsnutzungsmischung</li></ul></li><li>• Prüfung der Verkehrsauswirkung größerer Einzelprojekte<ul style="list-style-type: none"><li>• Verstärkte Nutzung des vorhandene Planungsinstrumentariums zur Prüfung des zu erwartenden Verkehrsaufkommens und der Verkehrsmittelwahl</li></ul></li><li>• Ausschöpfung der kommunalen und regionalen Steuerungs- und Regelungskompetenz für einen siedlungs- und umweltfreundlichen Verkehr in Verdichtungsräumen und in ihrem Umland<ul style="list-style-type: none"><li>• Bevorrechtigung des ÖPNV vor dem MIV</li><li>• Anwendung preispolitischer Instrumente (Parkgebühren - attraktive Tarife im ÖPNV)</li><li>• Weiterentwicklung des kombinierten Ladungsverkehrs im Güterverkehr - Förderung von Güterverkehrszentren, Güterfeinverteilung durch City-Logistik-Konzepte</li></ul></li><li>• Änderung der übergeordneten Rahmenbedingungen (Kostenstruktur ÖPNV zu MIV: Kostenstruktur Schiene zu Straße)</li></ul>
--	---

<p><b>3. MASSNAHMEN ZUR ENTLASTUNG VERKEHRLICH HOCH- BELASTETER FERNVERKEHRS- KORRIDORE VOM KFZ-VERKEHR</b></p>	<p>Vernetzte Maßnahmen aus den Bereichen Ordnungspolitik, Preispolitik, Infrastruktur-/Investitionspolitik sowie Informationspolitik und Betriebsführung zur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Angebotsqualität bei der Bahn und den Wasserstraßen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrsverlagerungsstrategie zur Entlastung von Fernverkehrskorridoren vom Kfz-Verkehr durch Verbesserung der Angebotsqualität im Personen- und Güterverkehr der Bahn und der Verknüpfung mit anderen Verkehrsträgern mit Hilfe von <ul style="list-style-type: none"> <li>• Streckenleistungsfähigkeitserhöhung des Schienennetzes</li> <li>• attraktiver Preispolitik</li> <li>• <b>Im Güterfernverkehr:</b> Flächendeckendes Netz von Schnittstellen zwischen Straße, Schiene, Wasserstraße, Geschwindigkeitserhöhung des Bahntransportes, Anbieten vollständiger Transportketten, Abbau technischer und organisatorischer Grenzhemmnisse;</li> <li>• <b>Im Personenverkehr:</b> Optimale Verknüpfung von Fern- und Nahverkehrsangeboten, Erhöhung der Reisegeschwindigkeit, bahnspezifisches Mobilitätsmanagement, Hebung des Reisekomfort, Erhalt und Aktivierung auch touristisch bedeutsamer Strecken;</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Maßnahmen zur Begrenzung des hohen Wachstums im Straßenverkehr durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• stärkeren Vorrang der Schiene beim weiteren Infrastrukturausbau</li> <li>• Konsequente Überwachung der zulässigen Höchstgeschwindigkeiten für LKW- und PKW-Verkehre</li> </ul> </li> <li>• Preispolitische Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbssituation von Schiene und Wasserstraße durch Potentialausschöpfung bei Kostenreduktionen bzw. eine attraktive Preisstruktur, Belastung des Straßenverkehrs mit externen Kosten, wie z.B. eine fahrleistungsabhängige Abgabe für LKW bzw. Erhöhung der Mineralölsteuer</li> </ul>
---	---

<b>4. MASSNAHMEN ZUR ENTLASTUNG VERKEHRLICH HOCH- BELASTETER FREMDENVER- KEHRSGEBIETE VOM KFZ- VEKEHR</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Allgemeine Instrumente zur Reduzierung von lokalen und regionalen Verkehrsbelastungen (vgl. Pkt. 2)</li><li>• Förderung der Bahn für die Anreise (vgl. Pkt. 3)</li><li>• Verbesserung des touristischen Angebots im Öffentlichen Verkehr und für nichtmotorisierte Verkehrsteilnehmer (Verknüpfung mit dem regionalen ÖPNV-Angebot)</li><li>• Verbesserung des touristischen Informationsangebotes (Übertragung des Pauschalauslandsreiseservice auf Inlandreisen)</li><li>• Begrenzung des Pkw-Verkehrs</li></ul>
---	--

## **8. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS**

### **Zu Punkt 1: Allgemeine Einführung in die Arbeit**

#### **Bauakademie der DDR**

Forschungsvorhaben Sozialistischer Städtebau: Bearbeiterkollektiv: Fußgängerbereiche in Stadtzentren, Beispiele und Empfehlungen, Teil 1, Berlin, 1977

#### **Beyer, Bernd-Bodo, Kilz, Joachim, Okonnek, Siegfried, Gallander, Burckhard, Traut, Lore, List, Burckhard, Reinhardt, Martin**

Raumordnung in Thüringen, in: Jenaer Geographische Manuskripte, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Institut für Geographie, Band 2, 1994, S. 52 ff.

#### **Christaller, Walter**

Die zentralen Orte in Süddeutschland: eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen, Jena, 1933

#### **Göller, Josef-Thomas, Platz, Holger, PLANCO Consulting GmbH, Essen**

Raumplanung in Deutschland - Eine Einführung, erarbeitet im Auftrag des Bundesministeriums für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, 1995

#### **Heidenreich, Gotthard**

Siedlungsstruktur und Siedlungsentwicklung Thüringens, in: Erfurter Geographische Studien: Thüringen: Zur Geographie des neuen Bundeslandes, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogischen Hochschule Erfurt/Mühlhausen, Heft 1/1993

#### **Hubal, Birgit**

Geschäftszentren im Umbruch - Strukturwandel in der Erfurter Innenstadt unter veränderten Rahmenbedingungen, in: Erfurter Geographische Studien: Thüringen: Zur Geographie des neuen Bundeslandes, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen, Heft 1/1993

#### **Haase, Gerrit, Wellendorf, Frank**

Untersuchung des wirtschaftlichen Strukturwandels in den Neuen Bundesländern am Beispiel Erfurt; Diplomarbeit an der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar - Universität, Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung, Weimar im September 1995

#### **Huck, Christian**

Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen, in: Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 "Transformationsprobleme - lösbar?" - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

#### **Huck, Christian**

Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Wissenschaftliche Reihe des Institutes für Forschung und Entwicklung Erfurt, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999

**Huck, Christian**

Sind unsere Innenstädte noch zu retten?, in: Deutsches Architektenblatt, Ausgabe Ost, Heft 9/99, S. 494 - 497

**Jürgens, Ulrich**

Einzelhandel in den Neuen Bundesländern - die Konkurrenzsituation zwischen Innenstadt und "Grüner Wiese", dargestellt anhand der Entwicklungen in Leipzig, Rostock und Cottbus, in: Kieler Geographische Schriften, Band 98, Kiel, 1998

**Kind, Gerold**

Territorialentwicklung und Territorialplanung in der DDR: Ergebnisse und Auswirkungen auf die Raumstruktur Deutschlands, in: Becker, Anette (Hrsg.): Regionale Strukturen im Wandel, Leske + Budrich, Opladen, 1997

**Meyer, Günter**

Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Teil XIII: Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena (1991 - 1996) unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen der Goethe Galerie, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 15. August 1996

**Meyer, Günter**

Entwicklungsprobleme und Perspektiven des Einzelhandels in Jena: Ergebnisse einer Einzelhandelsbefragung im Juni 1996, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 22. September 1996

**Münch, Udo**

Analyse und Typisierung von Gewerbegebieten in Thüringen; Diplomarbeit an der Universität Kaiserslautern, Lehr- und Forschungsgebiet Regional- und Landesplanung, Kaiserslautern im Januar 1998

**Ott, Thomas**

Erfurt im Transformationsprozeß der Städte in den neuen Ländern - Ein regulationstheoretischer Ansatz, in: Erfurter Geographische Studien Heft 6/1997, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen

**Resch, Walther**

Regionalplanungen - Konzepte für die Zukunft: Eine kritische Analyse der gegenwärtigen Situation, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 5/1995, S. 22 - 23

**Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei**

Hrsg. Hartmut O. Ries: 1. Thüringer Symposium "Transformationsprobleme - lösbar?" - am 6./7.05.1994 in Erfurt, Tagungsband, 2. Auflage, 1995

**Tietz, Bruno**

Optionen für Deutschland: Szenarien und Handlungsalternativen für Wirtschaft und Gesellschaft: Ein Handbuch für Entscheidungsträger, Verlag Moderne Industrie Landsberg/Lech, 2. Auflage 1991

**Tietz, Bruno**

Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt am Main, 1992

**Thiel, Andreas**

Der Einzelhandel in Mainz und Erfurt: Eine vergleichende Untersuchung von Angebots- und Standortstrukturen unter Einsatz quantitativer Methoden, in: Erfurter Geographische Studien Heft 2/1994, Selbstverlag des Institutes für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen

**Salem, Wahid Zakaria Ibrahim**

Struktur und Gestalt von zentralen Gebieten im internationalen Vergleich, Dissertation der Fakultät für Architektur der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen, November 1997

**Zu Punkt 2:        Entwicklung des Handels in Thüringen von 1989  
bis 1999 und seine Auswirkungen auf die Raumord-  
nung und Siedlungsstruktur**

**Andrä, Klaus**

Zur Funktionsstruktur der Stadtzentren und Möglichkeiten ihrer Objektivierung, in: Bauakademie der DDR: Bauforschung-Baupraxis Heft 208, 1987, S. 54 - 61

**Arthur D. Little**

Strategische Ziele, Konzeptionen und Maßnahmen für die Neustrukturierung der Wirtschaftsregion "Thüringer Pforte" Teil I 1991 - Bad Langensalza; Teil II 1992 - Gotha

**BAG Handelsmagazin, Heft 3 - 4/1998**

Stellplatzablösung - Investitionshemmnis beseitigt, S. 8

**Bauakademie der DDR, Institut für Städtebau und Architektur**

Thesen zu Tendenzen der städtebaulichen Entwicklung von Stadtzentren bis zum Jahr 2000 - 6. ECE-Konferenz zur Städtebauforschung in Leipzig, September 1988, Berlin im Januar 1988

**Bundesministerium für Wirtschaft**

Wirtschaftspolitischer Leitfaden zur Revitalisierung ostdeutscher Innenstädte  
Dokumentation Nr. 409, September 1996

**Bose, Brigitte, Schenkhoff, Hans J., Schübel, Stefan**

Das Thüringer "Raumfenster Einzelhandel". Ein möglicher Weg zur Operationalisierung regional- und landesplanerischer Ziele: in Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1995, S. 271 - 277

**Bock, Dieter, Ihsecke, Walter**

Zu einigen ausgewählten Aspekten der bisherigen und der künftigen Entwicklung der Städte in der DDR, in: Bauakademie der DDR: Bauforschung-Baupraxis Heft 208, 1987, S. 11 - 14

**Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den neuen Ländern, Materialband, Berlin/Bonn 1995, S. 4 ff.

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Hinweise zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben nach dem Baugesetzbuch und der Baunutzungsverordnung - vom Bundesminister für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau im Rahmen der Verwaltungshilfe den neuen Bundesländern zur Verfügung gestellte Ausarbeitung, Berlin im Januar 1991

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Innenstädte als Einzelhandelsstandorte erhalten: Gemeinsame EntschlieÙung der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder sowie der Ministerkonferenz für Raumordnung vom 29.03./21.06.1996

**DIHT - Deutscher Industrie- und Handelstag**

Neue Bundesländer: Handelsstandort Stadt in akuter Gefahr, Bonn im Oktober 1992

**Euro Handelsinstitut e. V., Köln**

Handel aktuell '92; '94; '97; '98

**Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.05.1991**

In Ostdeutschland droht eine Inflation von Einkaufszentren, Fachleute warnen vor Bauruinen auf der grünen Wiese, S. 41

**Freistaat Thüringen, Landesregierung**

Thüringer Landesplanungsgesetz (ThLPiG) vom 17.07.1991

**Freistaat Thüringen, Landesregierung**

Thüringer Verordnung über die räumliche Abgrenzung der Planungsregionen im Land Thüringen (Landesregionenverordnung - LRegVO) vom 22.08.1991

**Freistaat Thüringen, Landesregierung**

Thüringer Verordnung über die räumliche Abgrenzung der Planungsregionen im Land Thüringen (Landesregionenverordnung - LRegVO) vom 22.08.1991, geändert durch Verordnung vom 11.05.1994

**Freistaat Thüringen, Landesregierung**

Thüringer Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Thüringen vom 10.11.1993

**Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH) e.V.**

Der Einzelhandel im Freistaat Thüringen: Struktur des Einzelhandels und mittelstandspolitische Probleme; Forschungsvorhaben im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur Thüringen, September 1997

**German Council of Shopping Centers e.V., Düsseldorf**

Mitgliederliste mit Informationen zu Standorten und Standortgrößen, November 1998

**GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Die Stadt Weimar (0-5300) als Standort für Einzelhandel, Gast- und Beherbergungsgewerbe sowie das konsumorientierte Dienstleistungsgewerbe, Ludwigsburg, April 1991

**GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Branchen- und Standortkonzept für den Einzelhandel in der Innenstadt von Weimar, Erfurt im Juni 1996

**Grusser, Gerald**

Städtebaurecht beendet Wildwuchs, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1990, S. 17

**Handelsblatt vom 02.02.1996**

Perspektiven in der Region Berlin-Brandenburg sind keineswegs rosig:  
Drohendes Überangebot an Verkaufsfläche

**Handelsblatt vom 06.10.1998**

Berliner Händler fordern Flexibilität

**Handelsblatt vom 16.12.1998**

Läden im Leipziger Bahnhof dürfen bis 22 Uhr öffnen

**HBS Consulting Partners, München**

Wirtschaftsentwicklung Erfurt Stadt und Land,  
erarbeitet für den Magistrat der Stadt Erfurt und die Kreisverwaltung Erfurt  
Land, Einzelhandelsuntersuchung Band VIII, Erfurt im April 1992

**HLT Gesellschaft für Forschung Planung Entwicklung mbH**

HLT-Report Nr. 360:

Regionales Entwicklungskonzept Zentralthüringen - Anlagenband, S. 71 - 75,  
Wiesbaden 1992

**Huck, Christian**

Die Eröffnung des Möbelmarktes Rieger in Mönchenholzhausen bei Erfurt:  
Fluch oder Segen?, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer  
Erfurt, Heft 4/1993, S. 36 - 37

**Huck, Christian**

IHK-Erfurt fordert ausgewogene Handelsstruktur in und um Mühlhausen  
Pressemitteilung der IHK Erfurt vom 11.03.1993

**Huck, Christian**

Handelswildwuchs um Nordhausen - vom Landratsamt genehmigt?  
Pressemitteilung der IHK Erfurt vom 26.03.1993

**Huck, Christian**

Überdimensionierte großflächige Einzelhandelsprojekte - der Ruin einer  
gesunden mittelständisch orientierten Handelsstruktur, in: Wirtschafts-  
Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1993, S. 24 - 28

**Huck, Christian**

Wirtschaftlichkeitskriterien für die Entwicklung von Gewerbe- und  
Sondergebieten, in: Schriftenreihe des Institutes für Wasserversorgung,  
Abwasserbeseitigung und Raumplanung der Technischen Hochschule Darmstadt  
und der Fakultät Architektur, Stadt- und Regionalplanung der Hochschule für  
Architektur und Bauwesen Weimar, Heft 76, Darmstadt 1994

**Huck, Christian**

Änderung des Gesetzes über die Bauordnung: Anhörung im Innenausschuß des  
Thüringer Landtages vom 22. März 1994, in: Wirtschafts-Information -  
Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 5/1994, S. 43

**Huck, Christian**

Die Innenstadtentwicklung Weimar - ein unbedingtes Muß im Hinblick auf die  
Kulturhauptstadt 1999, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und  
Handelskammer Erfurt, Heft 9/1994, S. 77 - 79

**Huck, Christian**

Förderung des innerstädtischen Einzelhandels, in: Wirtschafts-Information -  
Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 12/1994, S. 17



**Huck, Christian**

Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen, in: Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 "Transformationsprobleme - lösbar?" - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

**IHK-Erfurt**

Offener Brief an die Stadtverwaltung Erfurt: Macht der KOWO-Geschäftsführer seine Mietpreise selbst?, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 3/1990, S. 15

**IHK-Erfurt**

Entflechtung nicht korrekt, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt Heft 4/1990, S. 29

**IHK-Erfurt**

Bleiben wettbewerbspolitische Effekte auf der Strecke? - Entflechtung im Handel - Prozeß mit vielen Hindernissen, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1990, S. 62 - 63

**IHK-Erfurt**

Nordhessens Industrie und Großhandel haben in Thüringen gut Fuß gefaßt, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 4/1991, S. 12 - 13

**IHK-Erfurt**

Mittelstand auf der Ersatzbank - Handelsprivatisierung in den neuen Ländern in der Endphase, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1991, S. 23

**IHK-Erfurt**

Effizienz ist gefragt: Stellungnahme der IHK-Erfurt zum Entwurf des Landesentwicklungsprogramms Thüringens, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 3/1992, S. 16 - 20

**IHK-Erfurt**

Funktionsfähigkeit der Innenstädte erhalten: Gemeinsame Entschließung des Handels- und Verkehrsausschusses der IHK-Erfurt vom 8. Juli 1992, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 9/1992, S. 39

**IHK-Erfurt**

Thüringer Einzelhandel hat eine Chance - Kampf um lukrative Lokale, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 10/1992, S. 53

**IHK-Erfurt**

IHK Erfurt zeigt Flagge: Der Handel braucht Förderung, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 2/1993, S. 48

**IHK-Erfurt**

Großflächiger Einzelhandel am Standort Mühlhausen - Protokoll der Beratung am 10.12.1993 in der IHK-Erfurt

**IHK`n Thüringen: IHK Erfurt, IHK Ostthüringen zu Gera, IHK Südthüringen - Suhl**

Stellungnahme der IHK`n Thüringens zum Landesentwicklungsprogramm vom 17.07.1992

**IHK'n Thüringen: IHK Erfurt, IHK Ostthüringen zu Gera, IHK Südthüringen - Suhl**

Erhebungen zur Ermittlung des Gesamteinzelhandelsbesatzes in den jeweiligen Kammerbezirken, Erfassungszeitraum Sommer 1997

**Landeshauptstadt Erfurt - Stadtverwaltung: Amt für Wirtschaftsförderung**

Einzelhandelsbericht Erfurt, Erfassungszeitraum Oktober 1997 - August 1998

**LEG Thüringen mbH, Erfurt**

Branchendatenbank 1997

**Meyer, Günter**

Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Teil XIII: Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Jena (1991 - 1996) unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen der Goethe Galerie, in: Geographisches Institut der Universität Mainz, 15. August 1996

**Pittroff, Rainer**

Innenstadt-Center im Aufwind, in: Dynamik im Handel, Heft 5/1998, S. 60 ff.

**Staatliche Umweltinspektion Erfurt, Abt. Regionalplanung, Naturschutz und Abfallwirtschaft, Erfurt**

Einzelhandelsgroßprojekte: Geplante Errichtung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Umland der Stadt Weimar, Protokoll vom 17.05.1991

**Thiel, Andreas**

Der Einzelhandel in Mainz und Erfurt: Eine vergleichende Untersuchung von Angebots- und Standortstrukturen unter Einsatz quantitativer Methoden, in: Erfurter Geographische Studien, Heft 2/1994, Institut für Geographie, Pädagogische Hochschule Erfurt/Mühlhausen

**Tietz, Bruno**

Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt am Main, 1992

**Thüringer Büro für Regionalplanung**

Empfehlungen bei der Einordnung von Einzelhandelsgroßobjekten, die im regionalen Raumordnungsplan Berücksichtigung finden sollten, Schreiben an alle Kommunen des Landes Thüringen vom 13.12.1990

**Thüringer Allgemeine vom 11.04.1992**

Baumarkt - ein faules Ei? - Magistrat will gegen Eröffnung einschreiten

**Thüringer Allgemeine vom 05.03.1996**

Kaufhaus in Jena: Horten droht die Schließung

**Thüringer Allgemeine vom 27.04.1996**

Horten macht Filialen dicht

**Thüringer Allgemeine vom 25.09.1997**

Dann kann man das Licht ausmachen - Streit um den Bau weiterer Einkaufszentren außerhalb der Städte / Elxleben plant einen Baumarkt

**Thüringer Allgemeine vom 10.12.1997**

Regeln das wirklich der Markt und die Kunden ...  
Erfurt will gegen Baugenehmigung für Elxlebener Baumarkt klagen

**Thüringer Allgemeine vom 16.01.1998**

Bislang kein Interessent für Kathreiner-Märkte in Thüringen

**Thüringer Allgemeine vom 28.02.1998**

Vier Thüringer Märkte verkauft

**Thüringer Allgemeine vom 01.08.1998**

70.000 Artikel für Haus, Hof und Garten - Baumarkt an der B 4 öffnet am Montag

**Thüringer Allgemeine vom 11.02.1999**

Der Norden wird bedient, der Süden bald verstärkt: Neues SB-Warenhaus und Baumarkt entstehen in Linderbach

**Thüringer Landeszeitung vom 22.10.1994**

Weimar ist nur eine Schlafstadt - Überforderte Verwaltung - IHK-Geschäftsführer Christian Huck kritisiert Mängel

**Thüringer Landeszeitung vom 30.06.1998**

Investor rettet 100 Arbeitsplätze - Drei Götzen-Märkte in Thüringen können wieder arbeiten

**Thüringer Landeszeitung vom 15.10.1998**

Sonntagsverkauf wird erschwert - Ellenberger will weniger Sondergenehmigungen erteilen

**Thüringer Landesamt für Statistik**

Statistisches Jahrbuch Thüringen, 1998

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur**

1. Raumordnungsbericht 1994

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur**

"Thüringer Innenstadtinitiative": in Thür. Exwest-Infoheft 1.2 vom Februar 1998 und 1.3 vom August 1998

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur**

Jahreswirtschafts- und Mittelstandsbericht 1997

**Thüringer Ministerium für Umwelt und Landesplanung**

Protokoll über die Anhörung des Landesplanungsbeirates zum Entwurf des Landesentwicklungsprogrammes am 10.06.1992

**Wackernagel, Peter**

Verkaufsstellennetzplanung in der ehemaligen DDR, in: Standortpolitik des Einzelhandels, DHI Köln, 1991, ISB-Verlag, S. 60 - 67

<b>Zu Punkt 3:      Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland: Umsatz-, Unternehmens- und Flächendynamik</b>
---

**Bauer, Hans H.**

Hersteller und Kunden mit dem Fabrikverkauf zufrieden / Kürzere Dispositionszyklen des Einzelhandels machen diese Vertriebsform für die Hersteller interessant / Viele "Schnäppchenjäger", in: FAZ vom 08.03.1999, S. 31

**Bauer, Manfred**

Factory Outlet Center - Damoklesschwert oder Bereicherung für den deutschen Einzelhandel, in: Industrie- und Handelskammer Erfurt - Wirtschaftsmagazin Heft 7/98, S. 18 - 19

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung zu: Factory-Outlet-Center

Entschließung vom 3. Juni 1997

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Nachhaltige Stadtentwicklung, Anforderungen an Städtebau, Wirtschaft und Handel; Dokumentation einer Veranstaltung vom 28. Mai 1997 in Merseburg

**Euro Handelsinstitut e. V., Köln**

Handel aktuell '94; '97; '98

**Franck, Jochen**

Urban Entertainment Centers: Spaß muß sein, in: Immobilienmanager, Heft 6/97

**FAZ vom 07.05.1998**

Kingfisher übernimmt Elektrohandel Pro Markt, S. 27

**FAZ vom 13.10.1998**

dm Drogerie will die tausendste Filiale eröffnen, S. 21

**FAZ vom 15.02.1999**

Weiterhin Verdrängung im Lebensmittelhandel: GfK: Die Konzentration hat 1998 einen neuen Höhepunkt erreicht, S. 19

**FAZ vom 09.03.1999**

Der Mittelstand wird im Lebensmittelhandel immer unbedeutender, S. 12

**FAZ vom 16.06.1999**

Briten freuen sich auf Wal Mart: Die Verbraucher klagen über zu hohe Preise im Einzelhandel

**Frechen, Joseph**

Vom Versorgungseinkauf zum Freizeiterlebnis, Vortrag vom 13.09.1999 zum Deutschen Einzelhandels-Immobilien-Forum in Berlin

**German Council of Shopping Centers e.V., Düsseldorf**

Mitgliederliste mit Informationen zu Standorten und Standortgrößen, November 1998

**Hallier, Bernd**

Regionale Shopping Center, in: Der Handel, Heft 4/1991, S. 20 - 23

**Hübl, Lothar, Möller, Klaus-Peter**

City, Grüne Wiese oder Internet, Die Zukunft der Handelsimmobilien, Hrsg.:  
DSL Bank Deutsche Siedlungs- und Landesrentenbank, Bonn, Juni 1999

**Handelsblatt vom 21.10.1994**

Einzelhandel / Köln wird Schaltzentrale - Düsseldorf verwaltet Immobilien:  
Horten-Kaufhäuser künftig ganz im Kaufhof-Verbund

**Handelsblatt vom 27./28.10.1995**

Metro-Gruppe / Wertgutachten wird zum Jahresende erwartet: Die neue  
Holding steht frühestens im Herbst '96, S.13

**Handelsblatt vom 24.07.1996**

Auchan / Nach einer Abwehrschlacht beugt sich Docks de France dem  
Übernahmeangebot des Konkurrenten: In Frankreich entsteht ein neuer  
Handels gigant

**Handelsblatt vom 21.05.1997**

La Rinascente / Langfristiger Pakt mit Auchan: Italienisch-französische  
Kaufhaushochzeit

**Handelsblatt vom 27.05.1997**

Sinn Leffers AG / Aufstieg zum drittgrößten Textileinzelhändler: Trendies und  
Seriöse lassen die Kasse klingeln

**Handelsblatt vom 30.07.1997**

Baumärkte / Neuer Riese auf dem Heimwerkermarkt: Metro-Tochter Praktiker  
steigt bei Wirichs ein

**Handelsblatt vom 05.09.1997**

REWE / Konzernchef Reischl zur Strategie des Handelsriesen: Der Trend geht  
zum Supermarkt

**Handelsblatt vom 19.12.1997**

Metro AG / Makro für rund 4,8 Mrd. DM erworben: Schöne Bescherung vor  
Weihnachten; Wal-Mart / Wertkauf-Gruppe mit 21 Standorten übernommen:  
US-Handelsriese steigt in den deutschen Markt ein, S. 1

**Handelsblatt vom 13.02.1998**

Handel / Otto übernimmt Crate & Barrel: Zukauf in den USA; Wustermark /  
Günstige Einkaufsmöglichkeiten: Erstes Outlet-Center

**Handelsblatt vom 19.02.1998**

Der GVE stellt sich vor: Gemeinsam auf einer Bank

**Handelsblatt vom 20./21.02.1998**

Factory Outlet Center / Geringe Chancen: Der Einzelhandel macht mobil;  
NRW / Zwei Projekte geplant: Das Land hat immer das letzte Wort;  
Länder / In Ingolstadt soll das erste Factory Outlet Center entstehen: Bayern  
droht Kommunen mit Geldentzug;  
Rheinland-Pfalz / Landesregierung fördert Center in Zweibrücken: Soldaten  
gehen, Händler kommen, S. 6

**Handelsblatt vom 27.02.1998**

Einzelhandel / Familie Viehof trennt sich von der Allkauf-Gruppe mit sieben  
Milliarden DM Umsatz: Metro weiter auf Einkaufstour

**Handelsblatt vom 03.03.1998**

Handel / Hertie-Stiftung verkauft Karstadt-Anteil von 30 Prozent: Quelle und Karstadt gemeinsam

**Handelsblatt vom 15.04.1998**

Industrie wieder im Clinch mit dem Einzelhandel

**Handelsblatt vom 26.05.1998**

Einzelhandel / Die Übernahme von KBB ist noch nicht besiegelt: Vendex Food fusioniert mit De Boer Unigro

**Handelsblatt vom 21.05.1998**

Einzelhandel / Expansion in den USA - Giant soll für 4,8 Mrd. DM übernommen werden: Ahold auf dem Weg an die Spitze

**Handelsblatt vom 09.06.1998**

EDEKA / Filialstruktur verbessert - Durchschnittliche Verkaufsfläche im vergangenen Jahr gestiegen: Großhandelsgeschäft 1997 ausgebaut

**Handelsblatt vom 12.06.1998**

Spar Handels-AG / Intermarché will den Einfluß deutlich vergrößern - Dividendenkontinuität für die Kleinaktionäre zugesichert: Gemeinsamer Einkauf soll Margen aufbessern

**Handelsblatt vom 28.09.1998**

Heimwerkermarkt/Briten kaufen sich bei Castorama ein: Kingfisher zimmert einen neuen Handelsriesen in Europa

**Handelsblatt vom 20.10.1998**

Elektronische Märkte / Nach der Internet-Tagung in Ottawa liegt die Initiative bei der Privatwirtschaft: Freies Kräftespiel auf dem Datenhighway

**Handelsblatt vom 04./05.09.1998**

Fabrikverkauf / Experten: In Deutschland ist Platz für 20 bis 15 Zentren: Die Hersteller wollen noch keine Farbe bekennen, S. 17

**Handelsblatt vom 16.11.1998**

Metro AG / Neue Divag soll Lösungen für die Randaktivitäten finden - Börsengang geplant: Kein Zeitdruck bei der Verwertung

**Handelsblatt vom 03.12.1998**

Heimwerkermarkt / Die Kölner übernehmen 138 Stinnes-Baumärkte: Rewe avanciert zur Nummer drei der Baumarktszene, S. 16

**Handelsblatt vom 10.12.1998**

Einzelhandel / Wal Mart kauft SB-Warenhäuser von Spar: US-Handelsriese auf Einkaufstour in Deutschland, S. 1

**Handelsblatt vom 12.01.1999**

Übernahme von Julius Meinl durch Rewe könnte an harten Auflagen scheitern: Spar Österreich hofft noch, S. 21

**Handelsblatt vom 14.01.1999**

Supply Chain Managment und Data Warehouse bringen Wettbewerbsvorteile: Wal Mart ist der Meister der Wertschöpfungskette, S. 14  
Schlecker will 800 neue Drogeriemärkte eröffnen, S. 14

**Handelsblatt vom 04.02.1999**

Brüssel begrenzt den weiteren Einstieg der Rewe-Gruppe in Österreich: Julius Meinl behält ein Standbein in der "Schlüsselregion" um Wien

**Handelsblatt vom 18.02.1999**

Wal-Mart mischt den deutschen Lebensmittelmarkt auf: Rewe will beim Preiskrieg nicht mitmachen, S. 12

**Handelsblatt vom 18.02.1999**

DIW sieht Klärungsbedarf bei der Besteuerung grenzüberschreitender Geschäfte: Gute Chancen für Internethandel in Deutschland

**Handelsblatt vom 08.04.1999**

Handelsgruppe verdoppelt mit dem Kauf ihren Marktanteil in Großbritannien: Otto Versand übernimmt Freemans, S. 17

**Handelsblatt vom 14.04.1999**

HDE fordert von Eichel klare Aussage zur Mehrwertsteuer - Abbau von 30.000 Arbeitsplätzen befürchtet: Blick in eine ungewisse Zukunft, S. 13

**Handelsblatt vom 19.04.1999**

Britischer Handelskonzern plant Übernahme der Supermarktkette Asda - Branche in Europa in Aufruhr: Kingfisher will Mal-Wart Paroli bieten, S. 13

**Handelsblatt vom 20.04.1999**

Karstadt und Quelle geben ihre Verschmelzung bekannt: Ein neuer Spieler im Mittelfeld, S. 17, 18

**Handelsblatt vom 02.08.1999**

Kleinaktionäre kritisieren Wertgutachten - Anfechtungsklage angedroht - Keine Verzögerung erwartet: Fusion von Karstadt und Quelle besiegelt, S. 13

**Handelsblatt vom 31.08.1999**

Handelskonzern Carrefour übernimmt den Konkurrenten Promodès und wird weltweit die Nummer zwei: Franzosen überholen Metro, S. 1, 13, 14

**Handelsblatt vom 17./18.08.1999**

Konzentration auf 4 Kerngeschäftsfelder - Verhandlungen mit Edeka: Tengelmann sucht Partner für Supermärkte, S. 1, 13

**IFO-Institut für Wirtschaftsforschung, München / FfH Berlin e. V.**

Entwicklung des Handels in den neuen Bundesländern - Strukturbegleitende Untersuchung, Sechster Zwischenbericht September 1993

**I.T.C: Immobilien Team Consulting GmbH & Co.**

Informationen zum: Bahnhofspaket - 26 Bahnhöfe: Stand: September 1999

**Keller, Roland**

E-Commerce / Traffic sells - Medienhäuser steigen ins Einzelhandelsgeschäft ein: Im Vorbeiklicken Kameras und Bücher verkaufen, in: Handelsblatt vom 01.12.1998, S. 46

**Leipziger Volkszeitung vom 14.04.1998**

Kaufhaus mit Designer-Ware soll Tausende Kunden in die City locken, S. 13

**Leipziger Volkszeitung vom 28.05.1998**

Designer Outlet Center im Städtischen Kaufhaus - ein Segen für die City?, S. 1, 13

**Pangels, Rolf**

Factory-Outlet-Center: Die Stadt ist der Verlierer, in: BAG Handelsmagazin 11-12/1997, S. 24 -30

**Pangels, Rolf**

Einzelhandelsstandorte Bahnhöfe, Flughäfen, Tankstellen: Integrale Bestandteile und ernstzunehmendes Gefahrenpotential, in: BAG Handelsmagazin, Heft 5-6/1998, S. 22 - 27

**Pittroff, Rainer**

Innenstadt-Center im Aufwind, in: Dynamik im Handel, Heft 5/1998, S. 60 ff.

**Rahlenbeck, Eckhard**

Elektronischer Handel / Berlins Testmarkt für Online-Shopping: Lebensmitteleinkauf per Mausklick, in: Handelsblatt vom 25.08.1998

**Schmitz, Holger**

Multiplex-Kinos und interkommunale Abstimmung, in: Landes- und Kommunalverwaltung LKV, Verwaltungsrechts-Zeitschrift für die Länder Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, Heft 10/1997, S. 345 - 348

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur**

Jahreswirtschafts- und Mittelstandsbericht 1998

**Thüringer Landesamt für Statistik**

Statistischer Bericht: Einzelhandel in Thüringen 1995, Erfurt, August 1997

**Thüringer Landesamt für Statistik**

Statistisches Monatsheft, Erfurt, Oktober 1997

**Thüringer Landesamt für Statistik**

Statistischer Bericht: Einzelhandel in Thüringen 1996, Erfurt, Juni 1998

**Troestl, Thomas Oliver**

Shopping-Center, in: Immobilien-Manager Heft 5/95, S. 18 - 24

**Tietz, Bruno**

Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2010, Deutscher Fachverlag Frankfurt/Main, 1992

**Unterreiner, Frank Peter**

Factory Outlet Center - kontrovers diskutiert, in: FAZ vom 13.11.1998, S. V 1

**Vierbuchen, Ruth**

Der Computerdiscount wird einen Boom erleben - Studie: Die schwache Kaufkraft in Deutschland begünstigt die Preisaggressiven - Die Wachstumsperspektiven bis zum Jahr 2010, in: Handelsblatt vom 22.02.1999, S. 14

**Vogel, Mathias**

Lebensmittel-Einzelhandel: Aus Jägern werden Gejagte, in: BAG Handelsmagazin 1-2/99, S. 10 - 12

**Weise, Gundula, Uth, Jürgen**

Einzelhandel in Thüringen 1996, in: Landesamt für Statistik: Statistisches Monatsheft Februar 1999



<b>Zu Punkt 4: Einzelhandelsdynamik und gesellschaftliche Entwicklungstendenzen</b>
---

**BBE-Unternehmensberatung GmbH**

BBE-Trendforschung Megatrends in Vertrieb, Handel und Gesellschaft, Köln, 1995

**FAZ vom 23.11.1998**

Regionale Kaufkraft in Europa 1998, S. 38

**FAZ vom 15.03.1999**

Kundentreue bestimmt den Erfolg im Lebensmittel-Handel: Bei den Discounter kaufen die meisten Kunden / Mehr Stammkunden in den Verbrauchermärkten, S. 29

**FAZ vom 04.02.1999**

Höchste Kaufkraft im Hochtaunus, S. 18

**Gebauer, Eberhard**

Fitness, Fun & Action - von Festen und Vergnügen, in: BAG Handelsmagazin Heft 6/97, S. 13 - 17

**GMA Ludwigsburg**

Kaufkraftkennziffervergleich zwischen Städten gleicher Einwohnerzahlen in Thüringen und Gesamtdeutschland, Datengrundlage GfK 1998: Informationen vom November 1999

**Huck, Christian**

Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999

**Handelsblatt vom 02.04. 1998**

Länder / Wertschöpfung pro Kopf steigt kräftig: Brandenburg beim Wachstum Spitze

**Handelsblatt vom 26.02.1999**

Statistisches Bundesamt stellt Preisindex um: "Keine Deflation in Deutschland", S. 6

**Handelsblatt vom 19.10.1999**

Wirtschaftsminister Schuster setzt auf die bisherige Förderpolitik und andere Gewichtungen in der Arbeitsmarktpolitik: Thüringen im Wettlauf mit Sachsen, S. 6

**Hufschlag, Inge**

Marktforschung / Der Käufertyp des Smart Shopper als Avantgarde der neuen Marketingzeitrechnung: Das Syndrom des In-seins ist schon wieder out, in: Handelsblatt vom 13.12.1995, S. 20

**Kind, Gerold**

Territorialentwicklung und Territorialplanung in der DDR: Ergebnisse und Auswirkungen auf die Raumstruktur Deutschlands, in: Becker, Anette (Hrsg.): Regionale Strukturen im Wandel, Leske + Budrich, Opladen, 1997

**Landesarbeitsamt Sachsen-Anhalt-Thüringen, Referat Statistik und Arbeitsmarktberichterstattung**

Bestand an Arbeitslosen und offenen Stellen nach Dienststellenbezirken, Jahresdurchschnittszahlen 1997 und 1998

**Nahrendorf, Rainer**

Die soziale Einheit eilt der wirtschaftlichen Einheit weit voraus - Subventionsmentalität in den neuen Bundesländern: Die ostdeutsche Aufholjagd endet auf der Kriechspur, in: Handelsblatt vom 21.10..1999, S. 2

**Der Spiegel, Heft 45/1999**

Ein Experiment für die Zukunft: 10 Jahre nach dem Zusammenbruch der DDR sind die Lebensbedingungen der Deutschen noch immer höchst unterschiedlich. Nur langsam wächst im Osten die Zuversicht, S. 43

**Spiegel-Verlag (Herausgeber)**

Outfit 4: Kleidung, Accessoires, Duftwässer: Zielgruppen, Marken, Medien, Hamburg, 1998

**Thüringer Allgemeine vom 10.05.1999**

Thüringen holt bei Kaufkraft auf: Freistaat hat inzwischen 77,8 % der West-Quote erreicht, S. 1

**Thüringer Allgemeine vom 19.05.1999**

Kein Geld für Luxus-Klasse: Aktuelle Markt-Studie: Thüringen erreicht beim verfügbaren Einkommen 77,8 % der alten Länder, S. 3

**Thüringer Innenministerium**

Gesetz zur Neugliederung der Landkreise und kreisfreien Städte in Thüringen (Thüringer Neugliederungsgesetz - ThürNGG) vom 15. Juli 1993, veröffentlicht in Gesetzes- und Verordnungsblatt für das Land Thüringen Nr. 22 vom 12. August 1993

**Thüringer Landesamt für Statistik**

Kreiszahlen für Thüringen, Ausgabe 1998  
Erfurt, November 1998

**Thüringer Ministerium für Soziales und Gesundheit**

Arbeitsmarktpolitik in Thüringen, Ausgabe 1998, S. 10

**Hasso von Pogell**

Freizeitgesellschaft 2010: Lebenslust und Langeweile, in: BAG Handelsmagazin, Heft 3-4/98, S. 10 - 12

**Woher, Martin**

Der Streß mit der freien Zeit, in: Handelsblatt vom 29.07.1999, S. B 1

**Wenzel, Carl-Otto**

Aktuelle Entwicklungen der nationalen und internationalen Freizeitmärkte, in: Vortragsunterlagen des Management Congresses von Bernd Heuer am 27. - 28.05.1997 im SI Erlebniscenter Stuttgart

<b>Zu Punkt 5: Einzelhandelsdynamik und Raum- bzw. Stadtentwicklung</b>
---

**Aberle, Gerd**

Das Phänomen Mobilität - beherrschbarer Fortschritt oder zwangsläufige Entwicklung?, in: Internationales Verkehrswesen, Heft 7+8/1993, S. 405 - 410

**Akademie für Raumforschung und Landesplanung, ARL**

Handwörterbuch der Raumordnung, Hannover, 1995, S. 658 ff.

**Athanassiou, Evangelia**

Urbane Nachhaltigkeit - ein Konzept braucht Kontext!, in: RAUM - Österreichische Zeitschrift für Raumplanung und Regionalpolitik, Heft 12/99, S. 40 - 41

**Berner, Con**

Wirtschaftsverkehre sind aus Städten nicht wegzudenken, in: Handelsblatt vom 15.10.1998

**Bialek, Catrin**

Städte- und Gemeindebund gegen Ladenschlußgesetz: Längere Öffnungszeiten, damit die Bürgersteige nicht hochgeklappt werden, in: Handelsblatt vom 01.06.1999, S. 16

**Blatt, Lothar, Gisela v. Raczeck**

Wirtschaftsstandort Innenstadt und "Grüne Wiese", Europäische Fakten und Erfahrungen, Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Bonn, 1998

**Brunken, Astrid, Scholl, Hermann**

Förderprogramme für den Handel: Keine Aufmerksamkeit, in: BAG Handelsmagazin Heft 7 - 8/1997, S. 30 - 32

**Bundeforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung**

Städtebaulicher Bericht: Nachhaltige Stadtentwicklung, Herausforderung an einen ressourcenschonenden und umweltverträglichen Städtebau, Bonn, 1996

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau / empirica Gesellschaft für Qualitative Marktforschung, Struktur- und Stadtforschung mbH (Herausgeber)**

Die Zukunft der Stadtregionen. Dokumentation eines Kongresses in Hannover am 22./23.10.1997, Bonn, 1998

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Zukunft Stadt 2000 - Bericht der Kommission Zukunft Stadt 2000, Bonn, 1993

**Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau**

Entschießung der MKRO zum Handlungskonzept zur Entlastung verkehrlich hochbelasteter Räume vom Kfz-Verkehr vom 03.06.1997

**Bundesrepublik Deutschland**

Raumordnungsgesetz (ROG) im Bau- und Raumordnungsgesetz (Bau-ROG) vom 18.08.1997, gültig ab dem 01.01.1998

**Europäisches Raumentwicklungskonzept**

Informelles Treffen der für die Raumordnung zuständigen Minister der Europäischen Union, Glasgow, 8. Juni 1998

**Fachhochschule Erfurt, Fachbereich Verkehrs- und Transportwesen**

Belegarbeit zur Erarbeitung eines Regionallogistikkonzeptes zur Optimierung der Auslieferung für einzelne Kundengruppen im Kooperationsmodus, Erfurt, Mai 1995

**Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung**

Stärkung der Kernstädte: Stadtverkehr und Cityhandel, in: Wirtschaftspolitische Diskurse Heft Nr.79, 1995

**Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung**

Wirtschaftlicher Strukturwandel: Globalisierung und Stadtentwicklung, in: Reihe Wirtschaftspolitische Diskurse Heft Nr. 95, 1996

**Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung**

Elemente für Ziele und Leitbilder der Stadtentwicklung in einer Zeit des Umbruchs, in: Reihe Wirtschaftspolitische Diskurse Heft Nr. 107, 1997

**Güttler, Helmut, Rosenkranz, Christa**

Aktuelle Herausforderungen für die Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik bei der Erhaltung und Sicherung funktionsfähiger Innenstädte, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 2/3.1998 S. 81 - 88

**Handelsblatt vom 26.07.1996**

Kritik an Innenstadtplanung der Kommunen: Behinderung des Lieferverkehrs gefährdet Handel in der City

**Handelskammer Hamburg, Landesverband für das Verkehrsgewerbe Hamburg, IG Hamburg-City**

Strukturanalyse zum Liefer- und Entsorgungsverkehr der Hamburger City: Ergebnis einer Firmenumfrage, August 1993

**Huck, Christian**

Thesen zur Entwicklung der Raumstruktur in Thüringen in Tagungsband zum 1. Thüringer Symposium am 6./7.05.1994 "Transformationsprobleme - lösbar?" - Schriftenreihe der Thüringer Ministerin für Bundesangelegenheiten in der Staatskanzlei, 1995, S. 608 - 613; zuerst veröffentlicht in Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 90 - 92

**Huck, Christian**

Industrie- und Handelskammer legt Studie über den Wirtschaftsraum Erfurt-Weimar vor, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 8/1994, S. 11

**Hübler, Karl-Hermann**

Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

**IHK Erfurt (Auftraggeber)**

Wirtschaftsraum Erfurt - Weimar: Entwicklungsmöglichkeiten: Bearbeiter: Grebner Ingenieure GmbH Erfurt, 1994

**ISUP Institut für Straßentransport und Personenverkehr GmbH Dresden:**

Logistische Lösungen für den Güterverkehr in Ballungsräumen, Band VI Modellösungen, Dresden, Januar 1993

**Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. und der Bauhaus-Universität Weimar**

Von Innen nach Außen Stadtentwicklung ohne Stadt?, Köln, Weimar, 1997

**Landesgewerbeamt Baden-Württemberg (Herausgeber)**

Leitfaden City-Marketing Baden-Württemberg, Stuttgart, 1994

**Landeshauptstadt Erfurt, Stadtverwaltung**

Verkehrsgeschehen in Zahlen und Fakten 1995, März 1995

**Mähding, Heinrich (Hrsg.)**

Stadtperspektiven Difu-Symposium 1993 / Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin, 1994

**Meyer, Günter**

Entwicklungsprobleme und Perspektiven des Einzelhandels in Jena: Ergebnisse einer Einzelhandelsbefragung im Juni 1996, in: Veröffentlichungen des Geographischen Institutes der Universität Mainz, 22. September 1996

**Pangels, Rolf**

BAG-Untersuchung Kundenverkehr 1996: Quo vadis Innenstadt, in: BAG Handelsmagazin, Heft 6/97, S. 20 - 22

**Pangels, Rolf**

City-Logistik und Nutzfahrzeuge - Einsatz stadtverträglicher Fahrzeuge, in: BAG Handelsmagazin Heft 7 - 8/1998, S. 34 - 36

**Priebs, Axel**

Räumliche Planung und nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 249 - 254

**Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen Weimar**

Zwischen Erfurt und Weimar - Ergebnisse einer Rahmenplanung, 1995

**Reinhold, Tom, Jahn, Helge, Tschuden, Clemens**

Die verkehrserzeugende Wirkung von Einkaufszentren auf der grünen Wiese, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2/1997, S. 106 - 113

**Runkel, Peter**

Zur Zukunftstauglichkeit des planungsrechtlichen Instrumentariums für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 255 - 258

**Schulze, Steffen**

Verkehr in der Innenstadt, in: Wirtschafts-Information - Industrie- und Handelskammer Erfurt, Heft 6/1994, S. 88 - 89

**Sieverts, Thomas**

Zwischenstadt - zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land, in: Bauwelt Fundamente, S. 118, 1997

**Thüringer Allgemeine vom 23.01.1998**

Einkaufen auf amerikanisch bringt Händler in Zorn: Angst vor neuem Center an thüringischer Grenze / Stadtrat von Coburg gestern abend wenig erbaut

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur (Herausgeber)**

1. Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, 1994, S. 110 und 111

**Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur (Herausgeber)**

Zweiter Raumordnungsbericht des Freistaates Thüringen, 1998, S. 36 und 37

**Tönnies, Gerd**

EUREK-Forum "Für eine ausgewogene und nachhaltige Entwicklung des europäischen Raumes - Von Prinzipien zu einer besseren Praxis", in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2/3, 1999, S. 191 - 194

<b>Zu Punkt 6:      Zusammenfassung und Schlussfolgerungen</b>
--

**Autorenkollektiv**

Architekturführer DDR: Bezirk Erfurt, VEB Verlag für Bauwesen Berlin, 1978

**Bauakademie der DDR, Institut für Städtebau und Architektur**

Thesen zu Tendenzen der städtebaulichen Entwicklung von Stadtzentren bis zum Jahr 2000 - 6. ECE-Konferenz zur Städtebauforschung in Leipzig, September 1988, Berlin im Januar 1988

**Bleyer, Burkhard**

Standort- und Flächentrends bei Einzelhandelsgroßprojekten - Grenzen landesplanerischer Steuerungsinstrumentarien und Möglichkeiten konsensualer Regelungen der kommunalen Plangeber, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2/3, 1999, S. 132 - 142

**Bundesrepublik Deutschland**

Raumordnungsgesetz (ROG) im Bau- und Raumordnungsgesetz (Bau-ROG) vom 18.08.1997, gültig ab dem 01.01.1998

**Güttler, Helmut, Rosenkranz, Christa**

Aktuelle Herausforderungen für die Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik bei der Erhaltung und Sicherung funktionsfähiger Innenstädte, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 2/3, 1998, S. 81 - 88

**Hübler, Karl-Hermann**

Genügen die klassischen normativen Siedlungsstrukturkonzepte den Anforderungen einer nachhaltigen Raumentwicklung?, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 241 - 248

**Huck, Christian**

Thüringen im Umbruch: Beiträge zum Strukturwandel, Wissenschaftliche Reihe des Institutes für Forschung und Entwicklung Erfurt, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 1999

**Priebs, Axel**

Räumliche Planung und nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 249 - 254

**Runkel, Peter**

Zur Zukunftstauglichkeit des planungsrechtlichen Instrumentariums für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 4, 1999, S. 255 - 258

# ANHANG

## Verzeichnis der Abbildungen

BEZ. NR.	INHALT	SEITE
1.1	Verflechtungen von Wirtschaftsstruktur und Raumordnung bzw. Stadtstruktur	6
1.2	Siedlungskategorien in der ehemaligen DDR und Zentrale Orte in der Bundesrepublik	13
2.1	Aufgaben des Einzelhandels im System der Zentralverwaltungswirtschaft	21
2.2	Wertung der Verkaufsstellennetzplanung in der DDR	22
2.3	Handelsflächenausstattung in Thüringen 1989	24
2.4	Zahl der Betriebe nach Eigentumsformen, Stand 1977	24
2.5	Aufgaben des Einzelhandels im System der Marktwirtschaft	26
2.6	Die Netze des Einzelhandels	28
2.7	Planungen zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Umfeld von Weimar, 1991	31
2.8	Mittelfristige Orientierungswerte zu Verkaufsflächengrößen, zur Gliederung des Nahbereiches und zur Größe der Handelseinrichtungen	42
2.9	Grundsätze zur Handelsentwicklung: 1. Entwurf zum LEP, Stand November 1991	44
2.10	Beispiele für nichtintegrierte Handelsstandorte in Nord- und Mittelthüringen und deren landesplanerische Behandlung	48
2.11	Forderungen des DIHT zur Handelsentwicklung in den Neuen Ländern	50
2.12	Grundsätze zur Handelsentwicklung: LEP vom 10.11.1993	53
2.13	Einzelhandelsbesatz der Stadt Gotha: Vergleich der Verkaufsflächenangaben von Landesverwaltungsamt und IHK Erfurt	57
2.14	Ablösebeträge in DM je PKW-Stellplatz in ausgewählten Städten Thüringens und den Alten Ländern	58
2.15	Gebaute und geplante innerstädtische Einkaufszentren in Thüringen	60
2.16	Erhaltung der Innenstädte als Einzelhandelsstandort - Empfehlungen der Ministerkonferenz für Raumordnung	61
2.17	Thüringer Innenstadtinitiative: Aufgabenfelder für die Innenstadtentwicklung	67

<b>2.18</b>	Klassifizierung der Entwicklungsetappen in der Handelsstrukturentwicklung Thüringens	<b>73</b>
<b>2.19</b>	Großflächiger Einzelhandel in Thüringen: Gliederung nach Planungsregionen	<b>74</b>
<b>2.20</b>	Gesamteinzelhandelsbesatz in Thüringen: Gliederung nach Planungsregionen	<b>75</b>
<b>2.21</b>	Verteilung der Handelsflächen in Thüringen nach Standortlage: Stadtintegriert oder Peripher	<b>76</b>
<b>2.22</b>	Vergleich des Ausstattungsgrades mit Verkaufsflächen je Einwohner in ausgewählten Städten und Landkreisen Deutschlands	<b>77</b>
<b>2.23</b>	Allgemeine Merkmale von Einkaufs-Centern	<b>82</b>
<b>2.24</b>	Standortverteilung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center	<b>83</b>
<b>2.25</b>	Einkaufs-Center in Thüringen	<b>84</b>
<b>2.26</b>	Regionale Verteilung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center	<b>85</b>
<b>2.27</b>	Standort- und Flächenentwicklung der in Thüringen gebauten, bzw. im Bau befindlichen Einkaufs-Center	<b>86</b>
<b>2.28</b>	Gewerbean- und Abmeldungen nach Wirtschaftszweigen in Thüringen von 1992 bis 1997	<b>90</b>
<b>2.29</b>	Saldo aus Gewerbean- und Abmeldungen in Thüringen von 1992 bis 1997	<b>91</b>
<b>2.30</b>	Faktoren die zu Fehlansiedlungen großflächigen Einzelhandels im städtischen Umfeld führten	<b>93</b>
<b>2.31</b>	Datenvergleich zur Größenordnung des großflächigen Einzelhandels in Thüringen zwischen Angaben des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur und den Angaben der Industrie- und Handelskammern in Thüringen, Stand: Sommer 1997	<b>96</b>
<b>3.1</b>	Umsatz im deutschen Einzelhandel von 1987 bis 1998	<b>100</b>
<b>3.2</b>	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland nach Warenbereichen	<b>101</b>
<b>3.3</b>	Vergleich der Umsatzentwicklung im Einzelhandel in den Neuen und Alten Ländern	<b>105</b>
<b>3.4</b>	Wirtschaftlicher Ost-West-Vergleich 1997	<b>105</b>
<b>3.5</b>	Einzelhandelsentwicklung in Thüringen	<b>106</b>
<b>3.6</b>	Konzentrationsprozesse und deren Ergebnisse im Einzelhandel	<b>111</b>
<b>3.7</b>	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im Einzelhandel	<b>114</b>
<b>3.8</b>	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland nach Betriebsformen	<b>115</b>
<b>3.9</b>	Analyse und Wachstumsperspektiven der Discountläden	<b>116</b>
<b>3.10</b>	Verkaufsflächenentwicklungen im Lebensmittelhandel nach Betriebsformen von 1980 bis 1998 in Deutschland	<b>118</b>



<b>3.11</b>	Struktur der Lebensmittel-Geschäfte in Deutschland Länder bezogen auf die Anzahl	<b>122</b>
<b>3.12</b>	Struktur der Lebensmittel-Geschäfte in Deutschland bezogen auf die Verkaufsraumfläche	<b>122</b>
<b>3.13</b>	Mediales Handelsnetz: E-Commerce	<b>127</b>
<b>3.14</b>	Ausgangsbedingungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Deutschland	<b>129</b>
<b>3.15</b>	Einflußfaktoren der Standortdynamik	<b>130</b>
<b>3.16</b>	Auswirkungen der Standortdynamik auf die Handelsnetzstrukturen in Deutschland	<b>131</b>
<b>3.17</b>	Ausstattung in Shopping-Center-Verkaufsfläche je Konsument in ausgewählten Ländern	<b>132</b>
<b>3.18</b>	Entwicklung der Shopping-Center in Deutschland von 1985 bis 1997	<b>133</b>
<b>3.19</b>	Standortentwicklung der Shopping-Center in Deutschland von 1994 bis 1997	<b>134</b>
<b>3.20</b>	Merkmale von Urban Entertainment Centers	<b>136</b>
<b>3.21</b>	Merkmale von Factory Outlet/Fabrikverkauf	<b>141</b>
<b>3.22</b>	Merkmale von Factory Outlet-Centern	<b>142</b>
<b>3.23</b>	Kriterien pro und contra FOC-Ansiedlung	<b>143</b>
<b>3.24</b>	Käuferakzeptanz der FOC	<b>144</b>
<b>3.25</b>	Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland bis 2010	<b>146</b>
<b>4.1</b>	Wirtschaftskraft der Länder	<b>155</b>
<b>4.2</b>	Entwicklung des Arbeitsmarktes in Thüringen am Beispiel der Arbeitslosenquoten in ausgewählten Landkreisen von 1991 bis 1998	<b>156</b>
<b>4.3</b>	Kaufkraft in Thüringen im Vergleich 1998/1999	<b>158</b>
<b>4.4</b>	Kaufkraftkennziffervergleich zwischen Städten gleicher Einwohnerzahlen in Thüringen und Gesamtdeutschland	<b>159</b>
<b>4.5</b>	Vergleich der Freizeitausgaben in Deutschland 1995	<b>161</b>
<b>4.6</b>	Begleitende langfristige Entwicklungstrends	<b>162</b>
<b>4.7</b>	Konsumententrends in Deutschland	<b>163</b>
<b>4.8</b>	Branchenrelevanz der Konsumententrends aus Abbildung 4.7	<b>164</b>
<b>4.9</b>	Vergleich der Lebenshaltungskosten in Deutschland 1991 und 1995	<b>165</b>
<b>4.10</b>	Vergleich der Einwohnerzahlen in den Landkreisen und kreisfreien Städten in Thüringen Stand 31.12.1991 und Stand 31.12.1997	<b>167</b>
<b>4.11</b>	Die sozialen Milieus in Ostdeutschland	<b>170</b>
<b>4.12</b>	Die sozialen Milieus in Westdeutschland	<b>172</b>
<b>4.13</b>	Veränderungstendenzen in der Gesellschaft	<b>177</b>

<b>5.1</b>	Steuerung regionaler Entwicklung im Sinne einer Nachhaltigen Raumentwicklung: Beispiele aus den Alten Länder und Vorschläge für die Neuen Länder und Thüringen	<b>185</b>
<b>5.2</b>	Inhaltliche Ziele des EUREK in Bezug auf Handels- und Stadtentwicklung	<b>193</b>
<b>5.3</b>	Innovative Lösungsansätze zur Optimierung von Wirtschaftsverkehren	<b>199</b>
<b>5.4</b>	Einsatz stadtverträglicher Fahrzeuge für den Wirtschaftsverkehr	<b>200</b>
<b>5.5</b>	Ergebnisse der BAG-Kundenuntersuchung Kundenverkehr 1996	<b>203</b>
<b>5.6</b>	Lösungsansätze für eine stadtverträgliche Verkehrsstruktur in den Neuen Ländern	<b>204</b>
<b>5.7</b>	Inhalte einer aktiven Raumordnungspolitik für den Einzelhandel in Thüringen: 1. Stufe: Erarbeitung einer Fachplanung Einzelhandel	<b>207</b>
<b>5.8</b>	Inhalte einer aktiven Raumordnungspolitik für den Einzelhandel in Thüringen: 2. Stufe: Qualifizierung der landesplanerischen Dokumente	<b>208</b>
<b>5.9</b>	Prüfkriterien bei einer Reduzierung des Schwellenwertes	<b>214</b>
<b>5.10</b>	Interkommunale Kooperation bezogen auf den Einzelhandel	<b>215</b>
<b>5.11</b>	Definition und Aufgaben des City-Marketing	<b>218</b>
<b>6.1</b>	Risiken, die die innerstädtische Handelsentwicklung in den Neuen Bundesländern bedrohen	<b>232</b>
<b>6.2</b>	Auswirkungen der Angebots- und Nachfragerseite im Handel auf die räumliche Angebotssituation	<b>236</b>
<b>6.3</b>	Aktive Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik für Thüringen - Handlungsfelder	<b>242</b>

## Verzeichnis der Abkürzungen

AA	Arbeitsamt
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
BAG	Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V.
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBR	Bundesministerium für Bau und Raumordnung
Bez.	Bezeichnung
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung
B-Plan	Bebauungsplan
bspw.	beispielsweise
BvS	Bundesanstalt für vereinigungsbedingte Sonderaufgaben
bzw.	beziehungsweise
DDR	Deutsche Demokratische Republik
d. h.	das heißt
DHI	Deutsches Handelsinstitut Köln, e. V.
DIHT	Deutscher Industrie- und Handelstag
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DSSW	Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft
EHI	Einzelhandelsinstitut
EKZ	Einkaufszentrum
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EW	Einwohner
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FfH e. V.	Forschungsstelle für den Handel, Berlin
FOC	Factory Outlet Center
ggf.	gegebenenfalls
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg
GMA	Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, Köln, Erfurt, Wien
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GPH	Gesellschaft zur Privatisierung des Handels mbH
GVE	Gemeinschaftsverband des Deutschen Einzelhandels
HDE	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels
HGZ	Handels- und Gaststättenzählung
HIFI	High Fidelity (Synonym für Unterhaltungselektronik)
Hrsg.	Herausgeber
IFO	Institut für Wirtschaftsforschung, München
IHK	Industrie- und Handelskammer
IHK`n	Industrie- und Handelskammern

incl.	inclusive
Kfz	Kraftfahrzeuge
KZ	Kleinzentrum
LAA	Landesarbeitsamt
LEG	Landesentwicklungsgesellschaft
LEP	Landesentwicklungsprogramm
MIV	Motorisierter Individualverkehr
Mio.	Million
MKRO	Ministerkonferenz für Raumordnung
MZ	Mittelpunkt
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
OZ	Oberzentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PBS	Papier, Büro, Schreibwaren
RGW	Rat der Gegenseitigen Wirtschaftshilfe, Sitz in Moskau
ROG	Raumordnungsgesetz
STUI	Staatliche Umweltinspektion
Tsd.	Tausend
u.	und
u. a.	unter anderem
überw.	überwiegend
UZ	Unterzentrum
TLG	Treuhand Liegenschaftsgesellschaft mbH
TMWI	Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur
UEC	Urban Entertainment Center
VFl	Verkaufsfläche
vgl.	vergleiche
z. T.	Zum Teil
z. B.	Zum Beispiel

## Lebenslauf

Christian Huck

Albrecht-Dürer-Straße 47  
99425 Weimar

geboren am 14.12.1951 in Arnstadt

### Ausbildung

1958 - 1966	Grundschule in Geschwenda, Thüringen
1966 - 1970	Erweiterte Oberschule in Ilmenau mit Abiturabschluß und gleichzeitigem Abschluß als Industriekaufmann
1970 - 1972	Grundwehrdienst in der Nationalen Volksarmee: Volksmarine
1972 - 1976	Studium an der Hochschule für Architektur und Bauwesen in Weimar, Sektion Gebietsplanung und Städtebau mit dem Abschluß: Diplomingenieur/Architekt für Gebiets-, Stadt- und Dorfplanung

### Berufspraxis

1976 - 1991	Büro des Stadtarchitekten Erfurt (seit 01.08.1990 Stadtplanungsamt)
1976 - 1988	Mitarbeiter generelle Stadtplanung
1988 - 1990	Leiter des Informationszentrums Stadtentwicklung
ab 01.08.1990	Abteilungsleiter Stadtplanungsamt
1991 - 1995	Industrie- und Handelskammer Erfurt
1991	Referent Bauleitplanung
1991 - 1992	Abteilungsleiter Raumordnung, Verkehr
1992 - 1995	Geschäftsführer Handel, Verkehr, Raumordnung, Tourismus, Dienstleistungen
seit 1995	HOCHTIEF AG, Hauptniederlassung Sachsen - Thüringen: Projektentwicklung Projektleiter und Leiter des Vermarktungsbereiches der Projektentwicklung Erfurt, seit 1999 verantwortlicher Projektleiter für das erste Urban Entertainment Center in Thüringen (Forum am Anger in Erfurt)

**Bisherige Tätigkeitsfelder**

<b>ALS INTERESSENVERTRETER DER WIRTSCHAFT IN FOLGENDEN BUNDES-, LANDES- UND REGIONALGREMIEN:</b>	
•	Handels- und Verkehrsausschuß des Deutschen Industrie- und Handelstages in Bonn
•	Arbeitskreis Raumordnung und Stadtentwicklung beim Deutschen Industrie- und Handelstag in Bonn
•	Landesplanungsbeirat beim Thüringer Ministerium für Wirtschaft und Infrastruktur als Vertreter der drei Thüringer Industrie- und Handelskammern
•	Sachverständigenkommission Gebietsreform beim Thüringer Innenministerium als Vertreter der drei Industrie- und Handelskammern
•	Landesdenkmalbeirat als Vertreter der drei Industrie- und Handelskammern
•	TLG-Landesbeirat als Vertreter der drei Industrie- und Handelskammern
•	Landesbeirat Fremdenverkehr als Vertreter der IHK Erfurt
•	DSSW-Landesbeirat als Vertreter der IHK Erfurt
•	Regionaler Planungsbeirat der Planungsregion Nordthüringen als Vertreter der IHK Erfurt
•	Regionaler Planungsbeirat der Planungsregion Mittelthüringen als Vertreter der IHK Erfurt

WISSENSCHAFTLICHE TÄTIGKEIT
<ul style="list-style-type: none"><li>• Aufbau und Leitung des Arbeitskreises Raumordnung und Stadtentwicklung in der IHK Erfurt unter Beteiligung von Vertretern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik 1993 - 1995</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Lehrtätigkeit an der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar / Bauhaus-Universität: Vortragsreihe zu Abhängigkeiten von Wirtschaftsentwicklung, Raumordnung und Stadtentwicklung 1994/1995</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Freier Mitarbeiter am Institut für Forschung und Entwicklung GmbH Erfurt</li></ul>

### **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quelle unmißverständlich gekennzeichnet.

Die Arbeit wurde bisher weder im In- noch im Ausland in gleicher oder ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Weimar, den



**DER WIRTSCHAFTLICHE STRUKTURWANDEL IN THÜRINGEN  
UND SEINE AUSWIRKUNGEN AUF DIE RAUMORDNUNG UND  
STADTENTWICKLUNG - DARGESTELLT AN DER ENTWICKLUNG  
DES EINZELHANDELS VON 1989 BIS 1999 MIT  
SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR EINE ZUKÜNFTIGE AKTIVE  
RAUMORDNUNGS- UND STADTENTWICKLUNGSPOLITIK FÜR  
THÜRINGEN**

---

**THESEN ZUR DISSERTATION**

Vorgelegt von: Dipl.-Ing. Christian Huck, Weimar

Gutachter: Professor Dr. sc. nat. Gerold Kind,  
Bauhaus-Universität Weimar  
Professor Dr. Michael Krautzberger,  
Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen Berlin  
Professor Dr. Arnold Klotz,  
Stadtplanungsamt Wien

Tag der Disputation: 20. 04. 2001

Weimar, im Dezember 2000

**1. Im Zuge des wirtschaftlichen Transformationsprozesses in den Neuen Bundesländern als auch in Thüringen hat die Entwicklung des Einzelhandels wie kein anderer Wirtschaftszweig Raumstruktur und Stadtstrukturen tiefgreifend verändert. Eine permanente Suburbanisierung hat zu einer Stadtentwicklung nicht mehr in, sondern zwischen den Städten geführt.**

**Ergebnis ist eine Dezentralität der Zentralität.**

---

Analyseergebnisse der Standort- und Flächenentwicklung des Einzelhandels in Thüringen sind:

- Eine Handelsstruktur mit einem 73 %igen Anteil an großflächigem Einzelhandel an peripheren Standorten.
- Ein Landschaftsverbrauch von ca. 4,6 Millionen m<sup>2</sup> Landschaft.
- Ein Gesamthandelsbesatz von ca. 3,75 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 1998 (Entspricht 1,5 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner; Im Vergleich der Alten Länder: 1,31 m<sup>2</sup>).
- Eine weitere Präferenz der peripheren Handelsstruktur durch Verdopplung des Motorisierungsgrades seit 1989 in den Neuen Ländern.

**2. Die rein wettbewerbsgesteuerte Handelsentwicklung in den Neuen Bundesländern hat im Vergleich zu den Alten Bundesländern zu einem höheren Konzentrationsgrad der Flächen und Unternehmen und zu einer stärkeren Filialisierung mit eingeschränktem Betriebsformenmix geführt. Ergebnis ist ein Übergewicht des sekundären Handelsnetzes an peripheren Standorten.**

---

Analyseergebnisse zur Netz- und Unternehmensstruktur des Handels in Thüringen sind:

- Eine Ausdünnung des innerörtlichen primären Handelsnetzes und demgegenüber ein Überbesatz des sekundären außerörtlichen Handelsnetzes und ein Anwachsen des Versand- und Direktvertriebsnetzes in den ländlichen Regionen.
- Eine Majorität von großflächigen peripheren, preisaggressiven Betreiberkonzepten mit einer rückläufigen Unternehmens- und Beschäftigtenanzahl.

**3. Die nur sporadische Einflussnahme der Raumordnung in der Prozesssteuerung zur Standortansiedlung des Einzelhandels führte zu einer Schwächung der zentralen Orte bei Vernachlässigung des primären Handelsnetzes. Die Zentralität der Orte wurde durch die standörtliche Suburbanisierung des Handels, also durch deren Dezentralität unterlaufen.**

---

Die Einflussnahme der Raumordnung war nur sehr begrenzt, weil

- die Grundziele der Raumordnung zwar mit Wirksamwerden des Thüringer Landesplanungsgesetzes vom 17. Juli 1991 in Thüringen gesetzlich verankert, die Ziele einer ausgewogenen Handelsstrukturentwicklung in ihren Grundzügen aber erst im Landesentwicklungsprogramm von 1993 fixiert wurden.
- in einem "gesetzlosen" Zeitraum zwischen bereits legitimierten kommunalen Institutionen und noch nicht gewählter und arbeitsfähiger Landesregierung übermäßig viele periphere Handelsstandorte durch bereits funktionierende Landratsämter genehmigt wurden.
- die Umlandgemeinden der großen Städte durch die absolute Gewährung der Planungshoheit zu den Verursachern dieser unausgewogenen Handelslandschaften geworden sind.
- trotz Beeinflussung auch von Seiten des Verfassers zwar das größte periphere Einkaufszentrum Thüringens (71.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) in Erfurt-Egstedt verhindert werden konnte, aber zu diesem Zeitpunkt bereits eine lawinenartige Entwicklung auf den Weg gebracht wurde, die durch raumordnerische Einflussnahme nicht mehr aufzuhalten war.

Untersuchungsergebnis ist, dass auch weiterhin

- politische Einzelfallentscheidungen ohne wissentliche Einbeziehung der Raumordnung eine ausgewogene Handelsstruktur in Thüringen verhindern.
- die innerstädtischen Standortentwicklungen auch weiterhin durch Verzerrung der Wettbewerbsbedingungen (z. B. Stellplatzsatzungen) behindert werden.

**4. Die Verzögerung des wirtschaftlichen Transformationsprozesses in den Neuen Bundesländern führt zu weiteren Differenzierungen in der Kaufkraft und im Kaufverhalten und damit zu weiteren Disparitäten in die Handelsstruktur, die wiederum eine weitere Schwächung des primären Handelsnetzes zur Folge haben und eine kompakte Stadtentwicklung maßgeblich behindern.**

---

- Die durchschnittliche Kaufkraft erreichte 1998 in den Neuen Ländern 73,3 % des altbundesdeutschen Durchschnitts (Brandenburg: 73 %, Thüringen: 72,5 %; Im Vergleich der Alten Bundesländer: Hamburg mit 110 %, Hessen mit 102,9 %, Saarland mit 87 %).
- Die Kaufkraft wird weiterhin determiniert durch eine Wirtschaftskraft von ca. 60 % und eine Produktivität von ca. 59 % im Vergleich zu den Alten Ländern.

Ergebnisanalyse zur Kaufkraft und Handelsstruktur aller thüringer Städte ist:

- Die Kaufkraft entwickelt sich proportional zu Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzangebot (1999: Jena mit 91,5; Erfurt und Weimar mit 83,5).
- Die Handelszentralität wird bestimmt durch Handelsmagnetfunktionen in den Zentren, attraktivem Angebotsmix von Handelsflächen mit hoher Innenstadtrelevanz, Freizeit, Dienstleistungen, kulturellen Einrichtungen und dem Kaufkraftzufluss aus der Region.
- das Ansiedlungsinteresse des Handels korreliert signifikant positiv mit der Zentralität und dem Mietpreis während das Potenzial für Kaufkraftbindung vornehmlich durch anspruchsvolle Kaufumgebungskonzepte bestimmt wird.

**5. Der Wertewandel in Deutschland mit dem Trend zur Freizeitgesellschaft hat mittel- bis langfristige Auswirkungen auf das Kaufverhalten. Der Erlebniskonsum wächst schneller als der Versorgungskonsum. Die nach wie vor unterschiedlichen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verhältnisse zwischen Alten und Neuen Bundesländern bewirken wiederum eine weitere Stärkung des sekundären Handelsnetzes in den Neuen Bundesländern.**

---

- Die alte Dualität zwischen Freizeit und Arbeit löst sich immer mehr auf.
- Die Gestaltung der Freizeit wird nach Konsum und Wohnen verstärkt zum herausragenden Statussymbol.
- Eine stärkere Freizeit- und Erlebnisorientierung zeigt sich als Folge der Flucht vor dem Alltagsstress.
- Sozio-demographische und sozio-ökonomische Entwicklungen führen weiterhin zur Ausgabenverringerung im Einzelhandel. Das Kaufkraftpotenzial wird nur noch zu einem Drittel im stationären Einzelhandel wirksam.
- Die zunehmende Motorisierung und Mobilitätsbereitschaft führt zu einer Bevorzugung von peripheren großflächigen Einzelhandelsunternehmen.
- Das Kaufverhalten in den Neuen Ländern unterscheidet sich nach wie vor erheblich von dem in Westdeutschland - wegen der geringeren Kaufkraft wird verstärkt auf den preisbewussten Einkauf orientiert.
- Mit einem Bevölkerungsrückgang und der geringeren Kaufkraft in den Neuen Ländern entsteht nur zögerlich eine ausgewogene Handelsstruktur.
- Mittel- bis Hochpreisanbieter des Einzelhandels, die in innerstädtischen Lagen der Alten Länder eine Bereicherung darstellen, fehlen in den Neuen Ländern. Damit ist bisher nur Einfalt statt Vielfalt entstanden.

**6. Die Einzelhandelsunternehmen versuchen durch Konzentration, wachsende Internationalisierung, Differenzierung, Spezialisierung, Verschärfung des Wettbewerbes durch Preiskampf und Verkaufsflächenzuwachs, Substituierung von Arbeitskräften durch Verkaufsfläche und weiteres Wachstum von Betriebsformen in preisaggressiven Segmenten ihre Marktpositionen zu festigen. Ergebnis ist wiederum eine weitere Stärkung des sekundären Handelsnetzes mit einer Schwächung der Zentralität der Orte.**

---

- Die dynamische Entwicklung von großflächigen Betriebsformen des Einzelhandels, wie Selbstbedienungs- und Verbrauchermärkten in den 70iger Jahren, Fachmärkten mit Beginn der 80iger Jahre, Shopping Center Mitte der 80iger Jahre, Urban Entertainment Center Mitte der 90iger Jahre und Factory Outlet Center Ende der 90iger Jahre zielt auf Kostenreduzierung durch Kostenverlagerung auf den Kunden (Abbau von Verkaufs- und Produktberatung) und auf die Allgemeinheit (Externalisierung von Transport- und Umweltkosten).
- In der räumlichen Angebotsstruktur führt das zu einem Rückzug des Handels aus der Fläche (Orientierung aus wirtschaftlichen Gründen auf Großflächen und verkehrsorientierte Standorte), zu einer zunehmenden Standortverlagerung in das Umland (Verlust der wohnungsnahen Versorgung immobiler Käufergruppen), zu einem Anwachsen des sekundären Handelsnetzes und damit zu einer Schwächung der Zentralität der Orte.
- Neue Handelsangebotsformen, wie das mediale Handelsnetz E-Commerce werden mittel- und langfristig Umsatzanteile erlangen und Einzelhandelsflächen hauptsächlich aber im sekundären Handelsnetzbereich freisetzen.

**7. Spezielle Einzelhandelsbetriebsformen ermöglichen eine Stärkung des primären Handelsnetzes bei gezielter Standortansiedlung in den Städten.**

---

- Die Angebotsseite im Handelsflächenmietmarkt hat sich durch ein Überangebot an Handelsflächen im peripheren Bereich so verändert, dass die zu zahlenden Mietpreise für die Zentrumslagen erheblich gefallen sind. Damit sind die wirtschaftlichen Bedingungen für die Anmietung größerer innerstädtischer Flächen verbessert. Für die Revitalisierung der Innenstädte sind damit günstige Ausgangspositionen gegeben.
- Urban Entertainment Center (UEC) als neue Standort- und Betriebsform in Verknüpfung von Freizeit- und Einzelhandelsnutzung generieren Kunden- und damit auch Kaufströme in die Städte hinein und befördern damit die Revitalisierung der Städte. Für die Neuen Länder ist dies eine der wenigen Möglichkeiten, Kaufkraft und Kundenströme wieder in die Städte zurückzubringen.

**8. Die Zentralität der Städte ist durch die Zentralität des Handels zurückzugewinnen. Eine gezielte Steuerung im Rahmen von Raumordnung und Stadtentwicklung kann diesen Prozess erfolgreich begleiten.**

---

- Die räumliche Planung ist einem wachsenden wirtschaftlichen Druck ausgesetzt, der wegen der anhaltenden Individualisierung der Gesellschaft und einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Lebensstile weiter anwächst. Diese divergierenden Entwicklungen, einerseits ein Abdriften des Allgemeinwohls in wirtschaftliche und private Einzelinteressen andererseits eine Begrenztheit der natürlichen Ressourcen, bedürfen einer geänderten Planungsgrundhaltung.
  - Das Konfliktpotenzial zwischen raumordnerischen Leitvorstellungen und wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen wird auch weiterhin bestehen bleiben, beziehungsweise sich in einzelnen Bereichen wie z. B. in der Handelsstrukturentwicklung weiter verschärfen.
  - Allerdings kann das räumliche Planungssystem ökonomische und gesellschaftspolitische Trends nicht umkehren, sondern nur kanalisieren und in ein räumliches Gesamtsystem einbauen.
-

**9. Die Stadtentwicklung muss in ihren Grundprinzipien auf Leitbilder der Nutzungsmischung, Nachhaltigkeit und Kompaktheit orientieren. Kompakte Stadtentwicklung heißt, die Zentralität der Orte mit der Aufwertung ihrer zentralen Bereiche durch den Einzelhandel entsprechend ihrer Stellung im Siedlungssystem wiederzuerlangen, die weitere Handelssuburbanisierung durch die Wiedernutzung brachgefallener Flächen in den Städten zu stoppen und die Ränder zu verfestigen. Nur durch aktive Umsetzungsstrategien können diese Leitbilder verwirklicht werden.**

---

Nach Verfasserberechnung werden unter Ansatz der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung (Kaufkraftsteigerung, Bedürfnisentwicklung der Konsumenten) in Thüringen bis zum Jahr 2010 zusätzlich ca. 225.000 m<sup>2</sup> reine Einzelhandelsfläche marktwirksam.

- Diese perspektivischen Flächen sind standort-, handelsnetzseitig, raumordnerisch und städtebaulich so einzuordnen, dass langfristig eine Kongruenz zwischen dem Netz der zentralen Orte und dem primären Handelsnetz wiederhergestellt werden kann.
- Erfolgt hingegen eine weitere Stärkung des sekundären statt des primären Handelsnetzes, ist also die Suburbanisierung nicht mehr zu stoppen, werden die historisch gewachsenen Stadtstrukturen aufgesprengt, sie "veröden".
- Die Leitbilder wie Dezentrale Konzentration, Nutzungsmischung, Nachhaltigkeit und kompakte Stadt liefern dabei eine wichtige Orientierung, auch unter dem Gesichtspunkt gesamteuropäischer Entwicklung (EUREK).
- Die Leitfunktion des Einzelhandels für die Innenstädte ist damit weiter zu präferieren.
- Als einer der größten Investoren in den Innenstädten entscheidet der Handel über die Zukunft der Städte, sowohl in Hinsicht ihrer Lebendigkeit als auch in der Sicherung als Arbeitsplatzstandort.

**10. Eine neue Raumordnungs- und Stadtentwicklungspolitik ist notwendig, die die Instrumente der Raumordnung mit Mitteln der Wirtschaftsförderung zur effizienten Prozesssteuerung unter Wahrung einer nachhaltigen Raumentwicklung kombiniert.**

---

- Die Angebotsplanung umfasst die Entwicklung von regionalen Entwicklungskonzepten für den Einzelhandel auf der Grundlage einer Gesamtanalyse zur Qualifizierung der landesplanerischen Dokumente (Landesentwicklungsprogramm, Regionale Raumordnungspläne) im Gegenstromprinzip.
- Die Wirtschaftsförderung beinhaltet die Rahmenbedingungen für die freie Entfaltung der Unternehmen, die Förderung des städtischen Umfeldes und die Beförderung der Kooperationen zwischen Kommunen und Einzelhandel. Dabei müssen die Ausgangsbedingungen der innerstädtischen Entwicklungen denen der peripheren Standorte durch Novellierung der Bauordnung, Einbeziehen externer Kosten, Stellplatzabläsegebühren bzw. Besteuerung des Standortes "Grüne Wiese" gleichgestellt werden.
- Die Ansiedlungssteuerung soll die Leitfunktion des Einzelhandels für eine künftige nachhaltige Stadtentwicklung umsetzen und durch Verschärfung der landesplanerischen Rechtsinstrumente eine subtilere Beurteilung der raumrelevanten Auswirkungen von Einzelhandelsentwicklungen ermöglichen. So soll der bisherige Schwellenwert zur Beurteilung der Raumwirksamkeit von Einzelhandelsvorhaben von 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 300 m<sup>2</sup> herabgesetzt werden. Im Vorfeld ist das Raumordnungsgesetz des Bundes mit seinen Leitvorstellungen und Aufgaben der Raumordnung als gültiges Landesrecht zu übernehmen.
- Diese Angebotsplanungen sind als Umsetzungsstrategien durch interkommunale Kooperation zu verwirklichen. In der ersten Stufe soll durch den Aufbau eines Städtetetzes A 4 eine breite kommunale Plattform mit den übergreifenden Aufgabenfeldern Wirtschaftsförderung einschließlich des Handels, Technologietransfer, Kulturaustausch, Imagewerbung und Marketing gebildet werden.